

The image features a hand pointing at a digital interface with a map of Peru overlaid. The background includes business charts and a pair of glasses. The text is in a bold, blue, sans-serif font with a white outline.

# **Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial**

Normeña Villarreal Salomé  
Nilza Yolanda Villarreal Salomé  
Rubén Wenceslao Torres Osorio



# **Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial**



# **Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial**

Normeña Villarreal Salomé  
Nilza Yolanda Villarreal Salomé  
Rubén Wenceslao Torres Osorio

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Normeña Villarreal Salomé, Nilza Y. Villarreal Salomé, Rubén W. Torres Osorio. Autores - editores 2019

De esta edición:

Universidad Santo Domingo de Guzmán

Sector El Valle S/N Jicamarca

Lima 15510, Perú

## **ANÁLISIS DEL FOMENTO EMPRESARIAL EN EL PERÚ Y EN EL CONTEXTO MUNDIAL**

Normeña Villarreal Salomé, Nilza Yolanda Villarreal Salomé, Rubén Wenceslao Torres Osorio (autores-editores)

1ª edición: enero 2019

Diseño de la carátula: Teófilo A. Torres Osorio

Tiraje: 1000 ejemplares

ISBN: EN TRAMITE

Hecho El Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2019-01110

La Universidad Santo Domingo de Guzmán no se solidariza necesariamente con el contenido de los trabajos que publica. Prohibida la reproducción total o parcial de este texto por cualquier medio sin permiso de la Universidad Santo Domingo de Guzmán

Derecho reservado conforme a Ley

## **Índice**

INTRODUCCION .....	10
DEDICATORIA .....	11
GESTIÓN EMPRESARIAL.....	12
Definición.....	12
Funciones de la gestión empresarial.....	12
Finalidades de la gestión empresarial.....	12
Herramientas para la gestión empresarial .....	13
Control de la gestión empresarial.....	14
Desafíos de la gestión empresarial .....	14
Ideas para mejorar la gestión empresarial .....	17
IDEA DE NEGOCIO .....	20
EMPRESA .....	23
EMPRESARIO .....	27
Perfil del emprendedor .....	31
<i>Innovación y Desarrollo:</i> .....	31
<i>Liderazgo:</i> .....	31
<i>Negociación:</i> .....	33
<i>Empoderamiento:</i> .....	33
<i>Planificación y organización:</i> .....	34
<i>Comunicación y contactos:</i> .....	34
<i>Calidad del trabajo:</i> .....	34

<i>Trabajo en equipo:</i> .....	34
<i>Pensamiento estratégico:</i> .....	35
<i>Resolución de problemas:</i> .....	35
<i>Persuadir y vender:</i> .....	35
<i>Iniciativa:</i> .....	35
<i>Temple:</i> .....	36
Los programas de emprendedurismo en el Perú .....	36
<i>SYSA Desarrollo Emprendedor</i> .....	37
<i>Colectivo Integral de Desarrollo - CID</i> .....	38
<i>Junior Achievement (Worldwide)</i> .....	39
<i>Somos Empresa</i> .....	40
<i>Diempresa</i> .....	40
<i>Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE)</i> .....	40
<i>Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Universidad Católica, CIDE-PUC</i> .....	41
<i>Universidad del Pacífico</i> .....	42
<i>Universidad-ESAN</i> .....	43
<i>Incubadora de Empresas de base tecnológica de INICTEL</i> .....	43
<i>Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)</i> .....	44
<i>Red de Colegios Fe y Alegría</i> .....	44
<i>Perú Incuba</i> .....	45
<i>Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo - CAPLAB</i> .....	45
<i>Centros Rurales de Formación en Alternancia - (CRF)</i> .....	45

Los programas de emprendedurismo en América Latina.....	47
Argentina .....	48
<i>Proyecto de jóvenes emprendedores rurales</i> .....	48
<i>Programa Pioneros</i> .....	48
<i>Programa “Primer paso”</i> .....	48
Brasil .....	49
<i>Programa Emprendorismo de Joven Rural</i> .....	49
<i>Programa de Incubadora de empresas SEBRAE</i> .....	49
Chile .....	49
<i>Desafío Joven</i> .....	49
<i>Programa Emprendedor</i> .....	50
Colombia .....	50
<i>ANDI del futuro - Jóvenes emprendiendo por Colombia</i> .....	50
<i>Fundación Jóvenes Empresarios JEMCOL</i> .....	50
<i>Programa Fondo de Desarrollo Emprendedor</i> .....	51
México.....	51
<i>Conocer PYME</i> .....	51
<i>Joven Emprendedor Rural</i> .....	51
<i>México Emprendedor</i> .....	51
Los programas de emprendedurismo en los países desarrollados.....	56
Estados Unidos de Norteamérica.....	56
Las competencias empresariales y emprendedoras .....	61
Las funciones empresariales en las MYPE peruanas .....	63
Las competencias empresariales en las MYPE peruanas .....	67



Análisis del area de Educación Para el Trabajo en la EBR.....	73
Lineamientos para implementar una Educación emprendedora en la EBR .....	77
Aprender a emprender “el quinto pilar de la educación” .....	88
Cuatro pilares de la educación para el siglo XXI.....	91
Referencias .....	93

### **Indice de Tablas**

Tabla 1 Proyectos de fomento de la empresarialidad en Latinoamérica	52
Tabla 2 Funciones empresariales y sus aprendizajes .....	63

### **Indice de Figuras**

Figura 1 Clasificación de las empresas. ....	24
Figura 2 Características de los estudiantes al concluir EBR.....	75

## **INTRODUCCION**

A los cuatro pilares de la educación queremos reforzar el quinto Aprender a Emprender, ya que añade al conocimiento y al dominio de las tecnologías, la capacidad de atreverse, de asumir riesgos, de dar respuestas creativas a los desafíos y problemas que la sociedad actual nos presenta, ya sea como individuos o grupos humanos.

Teniendo como punto de partida el quinto pilar de la educación nos permitimos en analizar todo lo relacionado al fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial, donde hablamos de gestión empresarial, sus definiciones, funciones, finalidad y algunas ideas para mejorar la gestión empresarial; asimismo idea de negocio, empresa, empresario, perfil del emprendedor, Los programas de emprendedurismo en el Perú, Los programas de emprendedurismo en América Latina, Los programas de emprendedurismo en los países desarrollados. Motivados de ir aprendiendo cada día mas como parafrasea Torres (1999 p.36) a Harper & Row “En esta época de cambios radicales los que aprenden son los que heredan el futuro. Los que saben todo suelen estar equipados para vivir en un mundo que ya no existe”

Basados a nuestra formación continua, en esta oportunidad como ex alumnos de la UNE EG y V la cantuta, escuela de posgrado, y con la experiencia compartida en las aulas de la Universidad Santo Domingo de Guzmán, los autores nos permitimos en presentarles el libro cuyo título es: “Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial”

Los autores

## **DEDICATORIA**

A los jóvenes estudiantes emprendedores,  
a los maestros universitarios, de los  
institutos tecnológicos, a la población  
peruana y de manera especial a la gran  
familia de la Universidad Santo Domingo  
de Guzman

## **GESTIÓN EMPRESARIAL**

### **Definición**

Haberkorn (2003, p. 669) señala que la gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo.

La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo para lograr resultados. Cuando se promociona a una persona dentro de una empresa, es necesario que también se promocionen sus responsabilidades y no caer en ciclos sin sentido donde las mismas personas hacen las mismas cosas todo el tiempo.

### **Funciones de la gestión empresarial**

La gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones según Domínguez (2006, p. 91), los cuales son:

*Planificación: se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos.*

*Organización: donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto.*

*Dirección: implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo.*

*Control: este podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal.*

### **Finalidades de la gestión empresarial**

Anteriormente la gestión era vista como la función de satisfacer las expectativas de los propietarios de ganar dinero. Pero en la actualidad ha

cambiado esa perspectiva, desde la competencia y la función de la oferta en el mercado.

Domínguez (2006, p. 92), señala que la finalidad de la gestión empresarial se enfoca en la constante necesidad de la sociedad de adquirir nuevos productos y servicios de calidad. El suministro de bienes y servicios de calidad es la obligación más elemental de una empresa. Para que una empresa sea exitosa, debe existir un nivel de armonía muy elevado entre los integrantes de ésta. La armonía beneficia el funcionamiento interno de la empresa, y por consiguiente incrementa la productividad.

### **Herramientas para la gestión empresarial**

Gómez (2008, p. 4) señala que la gestión, al igual que muchas otras funciones dentro de la empresa, se basa en cuatro herramientas principales otorgadas por Econegocios, que son: (1) *Plan de negocios*; (2) *Estructura del negocio*; (3) *Contabilidad*; y (4) *Lista de comprobación*. A continuación, se describen brevemente cada una de las anteriores herramientas, para su fácil comprensión y asimilación:

***Plan de negocios:*** Un plan de negocios es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas. El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.

***Estructura del negocio:*** La estructura de negocios se refiere directamente a las responsabilidades que le corresponden a cada persona dentro de una empresa y los tipos y estructuras de negocios que se establecen regularmente, tales como: propiedad individual, sociedades, limitada y corporaciones.

**Contabilidad:** El uso de la contabilidad dentro de la gestión es muy importante, es por eso que el gestor, deberá tener altos conocimientos de contabilidad, para poder llevar a cabo sus funciones como gestor.

**Lista de comprobación:** Esta herramienta elaborada en forma de cuestionario para el Desarrollo de la Pequeña Empresa es una guía, que sirve para ayudarle a preparar un plan de negocios completo y para determinar si sus ideas se pueden realizar, y así convertir sus sueños en realidades.

### **Control de la gestión empresarial**

Domínguez (2006, p. 11) señala que: La gestión debe estar al tanto de los cambios que se puedan producir en la empresa, utilizando todos los elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes y la sociedad.

La gestión debe tener un excelente control de sus funciones, debe seguir de cerca todas las actividades que realice, para corroborar que lo que se está haciendo este bien hecho y se realice en los tiempos adecuados.

El control de la gestión se basa en tres puntos importantes:

*Finalidad y misión de la organización, definiendo claramente sus objetivos.*

*Preparación del personal para que trabaje con eficacia.*

*Identificar y corregir impactos de cambios sociales.*

### **Desafíos de la gestión empresarial**

Yamada (2017, p.7) expresa su punto de vista: Algùn tiempo atrás, propusimos utilizar la letra griega beta (BETA) para denotar un fenómeno persistente entre los campos educativo y laboral; como un acrónico de Brecha entre la Educación y el trabajo actual, sobre todo a nivel profesional y técnico. Esta situación puede haber existido desde hace

muchos años en nuestro país, pues las universidades e institutos no siempre se conectan con las empresas y organizaciones para captar sus demandas de personal y adecuar sus contenidos formativos...

En la literatura académica estos fenómenos se conocen como sobre educación y sub empleo profesional.

Para reducir esta brecha proponemos algunos desafíos:

La gestión, en toda organización, requiere adecuarse al carácter del trabajo. Uno de sus objetivos principales es conducir los esfuerzos que realizan sus trabajadores en pos de los objetivos de la organización. Su éxito, por tanto, depende de su capacidad para lograr los niveles más altos de productividad, de manera que sus empleados rindan de acuerdo a sus reales potenciales de desempeño. Durante las últimas décadas, se han producido importantes cambios en el carácter del trabajo sin cambios correspondientes en las modalidades de gestión.

El cambio más sobresaliente en el trabajo apunta al hecho de que el trabajo manual, pilar de las empresas y organizaciones del pasado, ha dejado de ser preponderante, cediendo su importancia al trabajo no manual (trabajo intelectual o de conocimiento. El trabajo no manual exige de modalidades de gestión radicalmente diferentes de aquellas requeridas por el trabajo manual. Pues bien, aunque el carácter del trabajo se ha modificado, la gestión sigue aplicando todavía los mismos modelos del pasado, sigue siendo un tipo de gestión diseñada para un tipo de trabajo que ya dejó de existir.

El trabajo no manual tiene, al menos, dos componentes muy diferentes. El primero, es un conocimiento técnico de especialidad. Todo trabajador no manual es un especialista en alguna disciplina. Es un trabajador de conocimiento en un área determinada. Sin embargo, hay un segundo componente que no siempre es adecuadamente reconocido y que incide

de manera determinante en la efectividad alcanzada por el trabajador de conocimiento.

El trabajador de conocimiento trabaja conversando, con otros o consigo mismo. Su efectividad no sólo depende de sus conocimientos técnicos de especialidad, sino también, y de manera no menos importante, de sus competencias conversacionales genéricas. Los resultados que obtiene no sólo remiten a sus conocimientos sino también, a la manera como conversa y a las competencias e incompetencias conversacionales que exhiba.

Como todo trabajador no manual, directivos y gerentes son agentes conversacionales. La gestión organizacional se realiza conversando y su éxito o fracaso está determinado por las competencias conversacionales de tales directivos y gerentes. Pero ello es igualmente válido si la gestión está dirigida a trabajadores manuales o no manuales. El punto que interesa destacar es que el tipo de gestión que conduce a un aumento de la productividad del trabajador no manual, produce efectos opuestos cuando se trata de trabajadores no manuales, de trabajadores de conocimiento.

Aquello que funcionaba con los trabajadores manuales, con los trabajadores no manuales muestra efectos restrictivos. Su capacidad productiva se ve inhibida. Y esto es precisamente lo que está sucediendo hoy en día y lo que se ve expresado en el reconocimiento de que estos trabajadores sólo están rindiendo al 20% de su potencial.

Para abrir nuevas modalidades de gestión es indispensable transitar desde una modalidad que llamamos "el gerente-capataz" a otra muy diferente que la literatura empresarial ha comenzado a llamar "el gerente-coach".

Se trata de dos modalidades de gestión diametralmente opuestas. La primera se funda en el miedo, la segunda es generadora de confianza. La primera le pre-establece al trabajo sus óptimos de desempeño, la segunda fija mínimos aceptables y establece desafíos abiertos. La primera se dirige



al cumplimiento de tareas, la segunda al logro de resultados. La primera se ejerce sobre las acciones del trabajador, la segunda se dirige a la disolución de aquellos obstáculos que individuos, equipos y procesos, encuentran en su desempeño.

### **Ideas para mejorar la gestión empresarial**

Para poder mejorar la gestión se recomienda que además de todo el uso tecnológico, la preocupación por las ventas, la continua revisión hacia la competencia y el apoyo del gobierno, se inculque en todo empresario y en toda persona que desee convertirse en empresario los siguientes puntos que según Gómez (2008, pp. 12-14), lo ayudaran a crecer no solo como empresario, sino también como ser humano. Al respecto tenemos los siguientes:

*Logre una empresa triunfadora.*

*Logre una empresa rápida al cambio.*

*Descubra al ser más importante en su vida.*

*Conviértase en un triunfador.*

*Convierta sus sueños en realidad.*

*Practique la ética.*

*Reinvierta en su empresa.*

*Aprenda a perdonar.*

*Nunca enferme de éxito.*

*Invierta en un bien social.*

Desarrollando cada una de estas ideas, tenemos:

#### ***Logre una empresa triunfadora:***

Para lograr una empresa triunfadora es necesario que:

El trabajador sea un triunfador

La empresa sea incubadora de campeones.

Sepamos a dónde queremos ir

Que queremos lograr.

Ser ambicioso y atacar la mediocridad dejando de ser mediocres.

***Logre una empresa rápida al cambio:***

En un futuro, el mundo empresarial va a dividirse en dos grandes grupos, las empresas rápidas al cambio y las empresas lentas al cambio.

Una empresa que aprovecha las ofertas del mercado, es una empresa más preparada, y rápida al cambio, y usted ¿Qué tipo de empresa quisiera tener?

***Descubra al ser más importante de la vida:***

Gómez (2008, p. 13) sostiene que "El ser humano es la excelencia de la excelencia, el ser más importante de la vida somos nosotros, somos la maravilla más excelsa de la creación humana".

***Conviértase en un triunfador:***

La fórmula anterior muestra claramente los aspectos que se necesitan para poder obtener el triunfo, además hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

*Dedique parte de su vida a desarrollar su talento*

*La buena suerte, valla a buscarla no cae del cielo*

*Convierta los obstáculos en retos*

*Sea interesado*

*Convierta su empresa en ganadora*

*Busque un jefe con experiencia, ya que esta siempre es necesaria*

*Utilice bien el tiempo, 50% para resolver problemas y 50% para crearlos.*

***Convierta sus sueños en realidad:***

"El secreto de ser siempre joven, es no dejar de soñar, ya que a través de los sueños pueden forjar las grandes realizaciones, el resultado de los triunfos es la realización de los sueños.

***Practique la ética:***

La ética es la base de todo, si no tenemos ética no podremos llegar a ningún lado, o bien si llegamos lo suficientemente alto, caeremos repentinamente, porque no contamos con los cimientos adecuados.

***Reinvierta en su empresa:***

Si queremos que nuestra empresa crezca, debemos de reinvertir en ella, ya que al aumentar nuestro capital de inversión. Nuestras ganancias aumentan.

***Aprenda a perdonar:***

Aprenda a perdonar como una madre perdona a un hijo, ya que si libera su espíritu vero como aumenta su capacidad productiva.

***Nunca enferme de éxito:***

*No se vulva soberbia*

*Sea humilde*

*Sea grato*

*Sea agradecido*

Si ponemos en práctica estos puntos, podemos ganarnos el respeto y la admiración de nuestros seguidores y así estarán con nosotros por gusto y no por miedo.

***Invierta en un bien social:***

Invertir un en bien social, lo hará ganar más seguidores y por ende tendrá mayor satisfacción personal, mejor productividad.

## **IDEA DE NEGOCIO**

### ***¿Qué es una idea de negocio?***

MML (2014, p.19) sostiene que una idea de negocio es la base de donde parte todo proyecto empresarial. Si partimos de una buena idea, seguramente podamos llevar a cabo el proyecto empresarial, por diversos motivos: porque creemos en él y porque podremos contar con el apoyo externo necesario para ponerlo en marcha, todo ello realizando previamente un análisis de viabilidad de todo el proyecto.

### ***¿De dónde pueden surgir las ideas de negocio?***

MML (2014, p.19) señala las ideas de negocio pueden venir de muchas fuentes, unas pueden salir de nuestra propia intuición, de los hábitos de vida, etc. Ahora bien, también podemos tener un espíritu emprendedor y no conocer en determinado momento que ideas puede suponer una oportunidad de negocio. Así una idea de negocio puede derivar de las siguientes fuentes:

***Propia creatividad:*** Como bien hemos dicho antes, la idea puede surgir de un pensamiento propio o de un planteamiento que tengamos a cerca de una necesidad en nuestros hábitos de consumo.

***Nuevos inventos:*** Cuando la idea viene de una investigación que se ha realizado sobre ese planteamiento que lleva implícita una orientación comercial.

***Nuevas tecnologías:*** La utilización de Internet está provocando la aparición de nuevos métodos de comercialización de los productos o servicios que ofrecemos a nuestros clientes, utilizando la red como medio de trabajo.

***Tendencias sociales:*** En nuestro entorno van surgiendo cambios demográficos, culturales, políticos, etc. que van creando nuevas necesidades en la sociedad. Por tanto fruto de la observación de estos

cambios nos pueden surgir ideas de negocio con el fin de crear nuevos productos o servicios.

***Servicios mal prestados:*** Cuando en nuestro entorno nos damos cuenta de la existencia de servicios demandados que no están bien cubiertos, bien por una mala prestación de esos servicios por otras empresas o porque no exista ninguna empresa que ofrezca esos servicios. De esta observación puede surgir una buena oportunidad de negocio que hay que saber aprovechar a tiempo.

***Conocimientos adquiridos:*** Una persona emprendedora que haya adquirido determinada formación académica, le surgirán mejores ideas de negocios relacionados con sus estudios específicos, porque conocerá mejor que servicios o productos puede ofrecer al mercado que se va a dirigir.

***Experiencia adquirida:*** Lo mismo ocurre con la experiencia profesional y laboral que tiene una persona emprendedora. Su conocimiento en un determinado sector y sus habilidades técnicas pueden definir una buena idea de negocio.

***Observación sistemática:*** Puede haber personas emprendedoras que por diferentes circunstancias, tengan muy claro que quieren montar un negocio pero no saben cuál elegir, de ahí la necesidad de observar constantemente nuestro entorno. Estas ideas puede que no sean propias, sino que provengan de otros medios, como por ejemplo el traspaso de un negocio, ejemplos que se analizan en revistas especializadas, franquicias, etc.

### **¿Cómo elegir una buena idea de negocio?**

Seleccionar o elegir una idea de negocio demanda seguir algunos pasos básicos:

**Paso 1: Lluvia de ideas:** Anota todas las ideas de negocio que consideres tienen mucha demanda, que podrían ser una novedad o que son escasas en el mercado.

**Paso 2: Evaluación de macrofiltro:** Ahora evalúa cada una de las ideas que has anotado, respondiendo a la pregunta: ¿conoces si hay quienes quisieran comprar tu producto, será posible venderlos en tu barrio, te sientes capaz de hacerlo, te generara ganancias al venderlo?

**Paso 3: Evaluación de microfiltro:** Selecciona las tres ideas de negocio con mayor puntaje obtenido en el paso 2. Luego, pregúntate si conoces ¿dónde conseguir la materia prima o insumos, si tienes alguien que te ayude con la producción, si sabes cuánto necesitas invertir y donde conseguir financiamiento? La idea con mayor puntaje será la que debes de elegir.

### **Recomendaciones:**

Piensa en las necesidades nuevas no atendidas aun para los clientes de interés.

Qué necesidades atendidas en forma inadecuada causan insatisfacciones a los actuales clientes.

Piensa en mejorar un negocio ya existente (observa las diferencias de los competidores)

Una actividad nueva siempre requiere actividades complementarias ¿Cuáles serían estas actividades nuevas?

Identifica necesidades creadas por la aparición de nuevos productos / servicios.

Identifica que otros usos se les puede dar a los productos / servicios existentes.

## **EMPRESA**

Una empresa es un conjunto de personas y recursos que generan ingresos vendiendo sus productos o servicios a un público determinado.

Asimismo, existe una formula muy sencilla dada por Domínguez (2006, p.92) quien señala como determinar fácilmente el correcto funcionamiento de una empresa:

*Mayores ingresos \* menor gasto = Más ganancias*

Esta fórmula expresa claramente cómo se podrá obtener más ganancias dentro de una empresa, pero hay algo muy importante que no debemos olvidar. La satisfacción del cliente va sobre todas las cosas, no por reducir gastos excesivamente, dejemos de lado al cliente. Otro punto importante de recordar es que ningún negocio bueno es eterno, pues siempre habrá personas que trataran de copiar la idea, y es allí donde entra la competencia entre las empresas y la superación empresarial para ser cada día mejores.

## **Clasificación de las empresas**

Rachman y Mescon (1996, p.12) sostiene la clasificación de las empresas, de acuerdo a su modo de organización.

*Figura 1 Clasificación de las empresas.*





Ahora se describe cada uno de los diferentes tipos de empresas:

***Propietario único:*** Las cuales tienen un solo dueño y administrador en una sólo persona. Son la forma más común de las organizaciones.

***Sociedades personales:*** Es una empresa que forman varios individuos y puede ser General, Limitada o Empresa conjunta.

***General:*** Es en la que se comparten plenamente los aspectos administrativos y la responsabilidad de los pasivos de la empresa.

***Limitada:*** Es en la que al menos un socio asume una responsabilidad limitada sobre los aspectos administrativos y la responsabilidad de los pasivos de la empresa.

***Conjunta:*** Sociedad que se establece para un proyecto específico o por tiempo limitado.

***Sociedades anónimas:*** Es una entidad legal que se crea con una autorización estatal y cuyos activos y pasivos difieren de los correspondientes a sus propietarios. El estado autoriza su operación mediante las escrituras constitutivas, tienen un consejo de administración compuesto de ejecutivos de la compañía o personas ajenas a ella. Pueden ser privadas o públicas. Y sus propietarios son los accionistas. Los accionistas comunes tienen el derecho de elegir el consejo de administración. Los accionistas preferentes no tienen tal derecho a voto. Y si un tratamiento preferente en respecto a los de los accionistas comunes con el pago de dividendos.

## **Competencias entre las empresas**

Día a día hay más y mejores empresas ofreciendo mejores servicios, es por eso por lo que se debe de seguir al pie de la letra ese viejo, pero tan verdadero dicho, que dice "evolucionar o morir". Si no se evoluciona la competencia de este mundo globalizado acabará con la empresa,

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

pero si se mantiene a la vanguardia de las exigencias del consumidor, la empresa será competitiva.

Ruiz (2004, p. 408) sostiene que para que una empresa aproveche al máximo las nuevas oportunidades, es necesario que cumpla con los siguientes puntos que especifica:

*Contar con estructuras a través de las cuales las decisiones que se tomen sean correctas.*

*Toda empresa que mira al futuro, debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades.*

*La gestión debe de ser ágil para responder a las condiciones cambiantes del mercado.*

Si se puede llevar a cabo estos tres sencillos puntos, la empresa logrará aprovechar al máximo sus recursos y como consecuencia podrá aumentar su competitividad, reduciendo costos y mejorando el servicio.

## **Comunicación dentro de las empresas**

Uno de los puntos más importantes dentro de todas las empresas, es la correcta comunicación. Y es uno de los problemas más significativo con el que se topa la gestión empresarial. Para poder iniciar de lleno, debemos primero definir el concepto de comunicación efectiva, que se realiza entre el emisor y el receptor.

En muchos casos, es difícil conseguir una comprensión mutua porque los interlocutores no entienden que, para conseguir una comunicación eficaz, ambos deben compartir el mismo conocimiento y la utilización de igual lenguaje.

Cuando se emplea el lenguaje utilizamos palabras que para nosotros tienen sentido, pero que pueden no significar lo mismo para el receptor, por lo que se producen confusiones y una incorrecta comunicación, siendo peor aun cuando analizamos frases, en las que una serie de palabras tienen un significado implícito, nuestro problema de comunicación se agrava. Ahora describiremos la importancia de la comunicación dentro de las empresas.

### **Importancia de la comunicación dentro de las empresas**

Domínguez (2006, p. 94) señala como la importancia de la comunicación a "los distintos procesos a través de los cuales se transmiten y reciben informaciones, recomendaciones, ideas, opiniones, que son los factores que crean una base sólida para la mutua comprensión y acuerdos comunes entre las personas".

La comunicación no es sólo enviar información, sino garantizar que la misma se reciba adecuadamente. La comunicación debe estructurarse de forma que:

Facilite las respuestas a unas propuestas, tareas o funciones con la posibilidad de que el receptor realice los comentarios que crea conveniente.

Dé al receptor la oportunidad de reformular sus preguntas con el fin de aclarar cualquier duda y también para que pueda aportarnos a su vez, cualquier información que nos sea útil.

### **EMPRESARIO**

Un empresario es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

A continuación, se describen los puntos que contiene el perfil del empresario según Domínguez (2006, p. 97), que son necesarios para alcanzar su máximo desarrollo.

*Un empresario es ante todo alguien que trabaja activamente y tiene una ilimitada vocación por los negocios.*

*El empresario no tiene que temer los cambios que se puedan producir en su entorno y debe estar dispuesto a dejar de lado prácticas obsoletas o desfasadas en interés de su empresa.*

*Tiene que estar continuamente aprendiendo y ser capaz de adquirir nuevas habilidades y conocimientos.*

*Aunque posea una imaginación bien desarrollada, el empresario debe concebir siempre ideas prácticas.*

*El empresario debe saber delegar no sólo las tareas, sino las responsabilidades para ejecutarlas.*

*Necesita cualidades especiales para relacionarse con otras personalidades distintas a la suya y tratar de adaptarse a las mismas para sacar el mayor partido posible.*

*Tiene que saber planificar su tiempo y saber combinar perfectamente sus recursos tanto físicos como intelectuales para conseguir los resultados previstos.*

## **Emprendedor**

Gutiérrez (2009, p. 25) define que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Es un individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se les atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita.

Formichella (2004, p.5) sostiene que el emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas.

Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” lo mismo que todos miran pero observar algo diferente, es decir descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, es un individuo que se comunica y logra generar redes de comunicación, asimismo tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga.

### **Importancia del emprendimiento**

Alcívar et al (2006, p.55) señala que el emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

### **Perfil del emprendedor**

Gutiérrez (2009, p. 21) sostiene que para crear una empresa de éxito no es suficiente con solo contar con una buena idea de negocio, sino que la persona que está llevando a cabo el proyecto debe poseer una serie de actitudes y comportamientos adecuados que garanticen su competencia para afrontar el negocio de una manera óptima.

La ausencia, o presencia, de estas actitudes determinan el perfil emprendedor de cada persona y, una vez creada la empresa, existe la probabilidad de salir triunfante de la experiencia. ***Este perfil no es algo estático y fijo para cada persona***, sino que todos los comportamientos básicos para garantizar el éxito pueden trabajarse y mejorar su rendimiento.

De acuerdo a lo señalado por la Cámara de Comercio de Navarra. Disponible en <http://www.navactiva.com/web/es/colaboradores/camara> tenemos algunas propuestas de capacidades emprendedoras fundamentales, aunque creemos que pueden existir más:

#### ***Innovación y Desarrollo:***

Capacidad para modificar las cosas, incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad, sin que necesariamente exista un requerimiento externo que lo empuje. Implica idear soluciones nuevas y diferentes ante problemas o situaciones requeridos por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe.

#### ***Liderazgo:***

Habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos humanos, en una dirección determinada inspirando valores de acción y anticipando escenarios de desarrollo de la acción de ese grupo. La habilidad para fijar objetivos, el seguimiento de dichos objetivos y la capacidad de dar feedback integrando las opiniones de los otros.

### *Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Establecer claramente directivas, fijar objetivos, prioridades y comunicarlas. Tener energía y transmitirla a otros. Motivar e inspirar confianza. Tener valor para defender o encarnar creencias, ideas y asociaciones. Manejar el cambio para asegurar competitividad y efectividad a largo plazo, plantear abiertamente los conflictos, para optimizar la calidad de las decisiones y la efectividad de la organización. Proveer coaching y feedback para el desarrollo de los colaboradores.

#### *Orientación al cliente:*

Deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender o satisfacer sus necesidades, aun aquellas no expresadas. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final a quien van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de los propios clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa-cliente, como el personal ajeno a la organización. No se trata tanto de una conducta concreta frente a un cliente real, como de una actitud permanente de tener en cuenta las necesidades del cliente para incorporar este conocimiento a la forma específica de planificar la actividad.

#### *Orientación a resultados:*

Capacidad de encaminar todos los actos al logro de lo esperado, actuando con velocidad y sentido de urgencia ante decisiones importantes necesarias para cumplir o superar a los competidores, las necesidades del cliente o para mejorar la organización. Es capaz de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados. Tendencia al logro de resultados, fijando metas desafiantes por encima de los estándares, mejorando y manteniendo altos niveles de rendimiento, en el marco de las estrategias de la organización.



***Negociación:***

Habilidad para crear un ambiente propicio para la colaboración y lograr compromisos duraderos que fortalezcan la relación. Capacidad para dirigir o controlar una discusión utilizando técnicas ganar-ganar, planificando opciones para negociar los mejores acuerdos. Se centra en el problema y no en la persona.

***Desarrollo de las personas:***

Ayudar a que las personas crezcan intelectual y moralmente. Implica un esfuerzo constante para mejorar la formación y el desarrollo de los demás, a partir de un apropiado análisis previo de sus necesidades y de la organización. No es simplemente enviar a las personas a que hagan cursos, sino un esfuerzo por desarrollar a los demás.

***Empoderamiento:***

Dar poder al equipo de trabajo potenciándolo. Hace referencia a fijar claramente objetivos de desempeño con las responsabilidades personales correspondientes, Proporciona dirección y define responsabilidades. Aprovecha claramente la diversidad (heterogeneidad) de los miembros del equipo para lograr un valor añadido superior en el negocio. Combina adecuadamente situación, persona y tiempo. Adecuada integración en el equipo de trabajo. Comparte las consecuencias de los resultados con todos los involucrados. Emprende acciones eficaces para mejorar el talento y las capacidades de los demás.

***Planificación y organización:***

Capacidad de determinar las metas y prioridades del negocio, estipulando la acción, los plazos y los recursos requeridos. Incluye la instrumentación de mecanismos de seguimiento y verificación de información.

***Comunicación y contactos:***

Capacidad de demostrar una sólida habilidad de comunicación; esta capacidad asegura una comunicación clara. Alienta a otros a compartir información y valora las contribuciones de los demás. En un concepto más amplio, comunicarse incluye saber escuchar y hacer posible que los demás tengan fácil acceso a la información que se posea.

***Calidad del trabajo:***

Excelencia en el trabajo a realizar. Implica tener amplios conocimientos en los temas del área del cual se es responsable. Poseer la capacidad de comprender la esencia de los aspectos complejos, para transformarlos en soluciones prácticas y operables para la organización, tanto en su propio beneficio como en el de los clientes y otros involucrados. Poseer buena capacidad de discernimiento (juicio). Compartir el conocimiento profesional y la expertise. Basarse en los hechos y en la razón (equilibrio). Demostrar constantemente el interés de aprender.

***Trabajo en equipo:***

Implica la capacidad de colaborar y cooperar con los demás, de formar parte de un grupo y de trabajar juntos: Lo opuesto a hacerlo individual y competitivamente. Para que esta competencia sea efectiva, la actitud debe ser genuina. Es conveniente que el ocupante del puesto sea miembro de un grupo que funcione en equipo. Equipo, en su definición más amplia, es un grupo de personas que trabaja en procesos, tareas u objetivos compartidos. Si la persona en un n° 1 de área o empresa, la competencia “Trabajo en Equipo” no significa que sus subordinados serán pares, sino que operarán como equipo en su área-grupo.

***Pensamiento estratégico:***

Habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de su propia organización a la hora de identificar la mejor

respuesta estratégica. Capacidad para detectar nuevas oportunidades de negocios, comprar negocios en marcha, realizar alianzas estratégicas con clientes, proveedores o competidores. Incluye la capacidad para saber cuándo hay que abandonar un negocio o reemplazarlo por otro.

*Resolución de problemas:*

Es la capacidad de idear la solución que dará lugar a una clara satisfacción del problema del cliente atendiendo sus necesidades, problemas y objetivos de negocios (del cliente) y la factibilidad interna de resolución. Incluye la capacidad de idear soluciones a problemáticas futuras del cliente.

*Persuadir y vender:*

Capacidad para encantar y/o seducir a un cliente para que éste adquiera un producto/servicio que responde o satisface una necesidad. También incluye la capacidad de buscar ayuda de un tercero para cumplir este rol, cuando el individuo tiene conciencia de no poseer esta habilidad.

*Iniciativa:*

Hace referencia a la actitud permanente de adelantarse a los demás en su accionar. Es la predisposición a actuar en forma proactiva y no sólo pensar en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo por medio de acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado, hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de problemas.

*Temple:*

Serenidad y dominio en todas las circunstancias. Implica otras competencias como prudencia y fortaleza. Es la capacidad para justificar o explicar los problemas surgidos, los fracasos o los acontecimientos negativos. Implica seguir adelante en medio de circunstancias adversas, no para llevar a la empresa a un choque o fracaso seguro, sino para resistir tempestades y llegar a buen puerto.

## **Los programas de emprendedurismo en el Perú**

SINEACE (2014, p. 52) señala como ya se ha mencionado, en los últimos años, el Perú está en los primeros lugares en la actividad emprendedora mundial, registrada por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Si bien esta comparación con los países más desarrollados (en donde las empresas nuevas son más productivas y competitivas, mientras que en los países en desarrollo hay un mayor número de nuevas empresas de subsistencia) y el propio puesto que ocupa pueden ser cuestionados, no hay ninguna duda de que el Perú tiene una energía empresarial popular muy importante.

Esta ha sido una de las características centrales que se han destacado en diversas investigaciones realizadas desde los años ochenta en el país. La investigación comparativa sobre empresarialidad, entre América Latina y Asia, liderada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), llega a una constatación similar; aunque no ocupa los primeros lugares, el Perú muestra una actividad emprendedora significativa. Una investigación específica sobre este fenómeno realizada por Dino Linares, también nos muestra esta misma realidad; según estimaciones de este autor, en el país se crean anualmente 100,000 nuevos negocios, lo que representa un crecimiento de 4% anual (respecto al total de empresas existentes), mayor al crecimiento poblacional y más cercano al comportamiento del PBI en años recientes. La importancia relativa del sector de micro y pequeña empresa, las nuevas empresas creadas cada año (y también su desaparición), los nuevos empresarios y empresarias que incursionan en los negocios, sobre todo los que tienen raíces andinas, hacen que nuestro país destaque en relación a otros países de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, la realidad de los programas de promoción del emprendedurismo es diferente. Es decir, el fenómeno de

emprendedurismo que existe en el Perú es muy dinámico, pero no pasa lo mismo con los programas y las instituciones que lo promueven. En un estudio reciente impulsado por el BID en toda América Latina y el Caribe se llega a la conclusión de que el Perú está relativamente más atrasado que otros países de la región en lo que se refiere, a las instituciones y programas que promueven el emprendedurismo.

En el país hay varias instituciones que vienen impulsando este tema, principalmente desde el sector privado. Entre los principales programas se encuentran los siguientes:

### ***SYSA Desarrollo Emprendedor***

Es una institución, creada por Guido Sánchez Yabar hace 20 años, que se dedica a i) la formación y entrenamiento de emprendedores en los colegios públicos y privados, ii) a la consultoría y asesoría de empresas e instituciones que trabajan con las Micro y Pequeñas Empresas (MYPs) en el Perú y otros países de América Latina, iii) apoyan la profesionalización de las pequeñas empresas existentes, iv) preparan docentes y ejecutivos que fomentan la creación de empresas, v) desarrollan la cultura emprendedora en los medios de comunicación.

En el aspecto educativo tiene una colección de libros que enseñan a crear y administrar pequeñas empresas a los estudiantes de primaria, secundaria y de nivel superior. En el campo de los contenidos generan competencias emprendedoras, mejoran la administración y dirección de empresas, y forman profesionales para dar soporte al sector empresarial emergente. Han impartido sus cursos en 87 colegios nacionales y 30 colegios privados, tienen más de 300 docentes capacitados, y casi 100,000 jóvenes beneficiados.

### ***Colectivo Integral de Desarrollo - CID***

El CID fue creado en 1990, por su promotor Dino Linares. Esta institución ha sido pionera en el trabajo con emprendedores, sobre todo con los jóvenes y los sectores de menores ingresos. Su misión es

mejorar tanto las competencias empresariales de los emprendedores y creadores de negocios como el entorno en el cual estos llevan a cabo sus iniciativas. De este modo, crean negocios más sostenibles en el tiempo y con mayor capacidad de generar empleo, lo cual contribuye a fortalecer el tejido empresarial local y regional. Asimismo, promueve la formación de una sólida cultura emprendedora, elemento fundamental para la creación de riqueza y empleo.

Su estrategia de intervención se basa en dos niveles claramente definidos: i) Desarrollo de competencias empresariales de emprendedores y creadores de negocios trabajando directamente y en estrecho contacto con ellos. ii) Desarrollo de un entorno favorable para la creación y sostenibilidad de los nuevos negocios.

Los principales programas implementados durante sus 15 años son: i) Programa de apoyo y acompañamiento a creadores de negocios, ii) Concurso: Haz realidad tu negocio, iii) Programas de reconversión laboral con énfasis en autoempleo y creación de negocios, iv) Eventos de difusión de cultura emprendedora, v) Formación de formadores, vi) Investigaciones y publicaciones, y vii) Realización de Cursos y talleres.

### ***Junior Achievement (Worldwide)***

Es una organización internacional que actualmente interviene en más de 100 países. Su misión principal es la de generar en niños y jóvenes el espíritu emprendedor que les permita insertarse en el mercado laboral a fin de mejorar su calidad de vida, lo novedoso de la propuesta que plantean es que inicien la formación empresarial en los jóvenes desde los primeros niveles de educación. Además, pretenden contribuir a que la fuerza laboral futura perciba al sector empresarial y sus actividades como un elemento fundamental para el logro de sus metas personales y su desarrollo.

### *Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

En el Perú, Junior Achievement inició sus operaciones en 1996 y desarrollan diversos programas educativos que están dirigidos a alumnos que tengan entre 5 y 21 años. Estos Programas son implementados a través de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), y en algunos casos son impartidos por estudiantes universitarios y profesionales cuyo objetivo es proporcionar a jóvenes de escasos recursos que asisten a la educación secundaria, competencias y habilidades que les permitan insertarse en el mundo laboral, favoreciendo con ello la igualdad de oportunidades. En nuestro país este Programa se ha aplicado en varios departamentos del país, destacando Cajamarca, Loreto, Ayacucho y Lima. Es patrocinado por instituciones como USIL y el BID.

Estos tres son programas enfocados en la población joven que cursa la Educación Básica Regular (EBR) y tienen mucha interacción tanto con instituciones educativas privadas como públicas. Las instituciones que siguen actúan más en el ámbito de la educación superior, aunque su influencia también alcanza a estudiantes de la EBR.

### ***Somos Empresa***

Es una empresa de comunicaciones con más de 20 años de experiencia en esta campo; forman parte del Grupo ACP, una corporación que tiene más de 42 años, presencia en diez países de América Latina. Se dedican a la divulgación masiva de conocimiento y motivación de la cultura emprendedora a empresarios de las micro y pequeñas empresas y al público en general. Diseñan, asesoran y ejecutan proyectos y programas de comunicación utilizando herramientas y medios específicos para cada proyecto comunicacional. Proporcionan a los emprendedores de las micro y pequeñas empresas instrumentos que les permiten crecer en forma duradera y sostenible, a través de grandes encuentros y la divulgación de contenidos útiles, sencillos y entretenidos en medios audiovisuales e impresos.

### ***Diempresa***

Escuela de Desarrollo de la Inteligencia Empresarial formada por Juan Infante, reconocido líder empresarial y social. Su modalidad educativa es la asesoría empresarial, que tiene como objetivo la solución de las dificultades y dudas que tienen los empresarios con respecto a su actividad empresarial. Es un espacio en el que se discuten problemas concretos y se definen alternativas de solución. El servicio de asesoría empresarial reduce el margen de error en las decisiones y acelera la maduración de los proyectos. Tiene un equipo de profesionales multidisciplinario que actúa en los campos de la administración de negocios, el emprendimiento de iniciativas privadas y sociales, las comunicaciones corporativas, y la formación de liderazgo empresarial.

### ***Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE)***

PROBIDE es una entidad no gubernamental cuyas acciones están orientadas a promover el desarrollo intelectual, emocional y espiritual de los jóvenes, a través de la cultura de valores empresariales. De esta manera se aporta a la erradicación del desempleo y subempleo existente en el estrato juvenil. Uno de los temas en los que PROBIDE pone mayor énfasis es en fomentar la creatividad de los jóvenes, brindándoles las herramientas necesarias para que apliquen y complementen el conocimiento que hayan podido adquirir en universidades y/o institutos.

En este contexto, PROBIDE llevó a cabo el Programa “Crear para Crear”, dirigido principalmente a jóvenes que tengan iniciativas empresariales pero que encuentran dificultades para implementarlas (debido básicamente a la falta de financiamiento y de asesoría técnica). De esta manera, el Programa alienta la creatividad de los jóvenes para la generación de su propio micro o pequeñas empresas.



***Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Universidad Católica, CIDE-PUC***

Esta institución fue creada por el Consejo Universitario de la Pontificia Universidad Católica del Perú en julio de 1995, con la intención de contar con un centro dedicado a fortalecer los vínculos entre la formación, la innovación y el emprendimiento. Su misión es promover y generar innovaciones y empresas desde la universidad, dedicándose a fomentar la cultura emprendedora dentro y fuera de la comunidad universitaria. El CIDE promueve la creación y el desarrollo de empresas que aprovechen la formación y conocimientos desarrollados en la PUCP, para la creación de empresas que generan bienes y servicios con valor agregado, y además apoya la introducción de éstas en los mercados nacional e internacional.

El sesgo que tiene el CIDE es el de promover la generación de empresas de base tecnológica, tanto para la producción de bienes como de servicios. La experiencia mundial muestra que existe un porcentaje alto de estudiantes con espíritu emprendedor, con capacidad de generar sus propias fuentes de trabajo: jóvenes con buenas ideas, pero que debido a problemas de planeamiento o estructuración organizacional, dejan de desarrollar sus proyectos empresariales.

Para lograr su misión se apoyan en dos grandes pilares: i) Promoción y fomento del Emprendedorismo (entrepreneurship), y ii) Promoción y fomento a la innovación.

Su filosofía es considerar que de la conjunción de los emprendimientos e innovaciones se obtienen empresas de alto potencial de crecimiento, que serían las empresas con mayor potencial de éxito.

Los instrumentos que emplean son: i) Incubadora de empresas, ii) Asesoría y seguimiento de planes de negocio, y iii) Acompañamiento de la empresa incubada.

### ***Universidad del Pacífico***

La Universidad del Pacífico (UP) es una institución privada y plenamente autónoma, sin fines de lucro, especializada en la formación académica en economía y gestión institucional y empresarial. Aspira a contribuir al desarrollo económico y el bienestar social del Perú en el contexto de un mundo crecientemente interconectado, globalizado y competitivo.

La Universidad tiene un Programa para empresarios que ha sido especialmente diseñado para todas aquellas personas que buscan ampliar o actualizar sus conocimientos en la gestión empresarial, para lograr el crecimiento de su empresa. Es objetivo de este programa brindar una perspectiva integral de la problemática empresarial, así como de la visión y concreción de oportunidades de negocio. Se exige a los alumnos de administración que creen una empresa desde cero, y la gestionen durante unos meses como condición para otorgarles su título profesional.

### ***Universidad-ESAN***

La Universidad ESAN (*Escuela de Administración de Negocios para Graduados*) cuenta con un Centro de Desarrollo Emprendedor, que brinda formación integral en emprendedorismo, ayuda en la creación de nuevas empresas, a las que brinda soporte en sus primeras etapas. ESAN también es el socio peruano de GEM: Global Entrepreneurship Monitor, una iniciativa mundial de apoyo al emprendedurismo, liderada por la London School of Economics, del Reino Unido, y por Babson College de Massachusetts, Estados Unidos. Esta iniciativa mide el desarrollo emprendedor en muchos países del mundo, tanto desarrollados como en desarrollo, y publica un informe anual con sus hallazgos.

***Incubadora de Empresas de base tecnológica de INICTEL***

La incubadora de empresas creada por el Instituto Nacional de Investigación y Capacitación en Telecomunicaciones (INICTEL), asimilada a la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), es concebida como un ambiente propicio para incentivar el emprendimiento, creación y desarrollo de ideas de negocio con potencial de convertirse en empresas innovadoras y competitivas, que hagan uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC), en mercados tecnológicos. De esta forma busca promover la I+D en el Perú, con empresas que se dediquen a la producción y exportación de productos tecnológicos y sobre todo conocimiento.

La estrategia de incubación se basa en el uso de sitios web, sistemas de información y administración, que le permiten la identificación, creación y desarrollo de empresas innovadoras y potencialmente competitivas en el mercado, con estrategias gerenciales que se fundamentan en el uso intensivo de TIC como diferenciador, apoyados por el desarrollo de un eficaz plan de negocios. La combinación de incubación virtual con la incubación intramuros en un ambiente físico, para los casos de asesorías, talleres y charlas con ponentes de prestigio, le permiten una interacción eficaz entre empresas incubadas y la incubadora.

***Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)***

La USIL es una de las universidades de reciente creación (1995) de las que existen en Lima. Se caracteriza por ofrecer una formación profesional con una orientación claramente empresarial. Ofrece diversas carreras (como administración de turismo, administración hotelera, arquitectura, arte y diseño gráfico, ciencias de la comunicación, derecho, economía y educación) en las cuales se busca formar profesionales con capacidad para gestionar empresas.

Si bien ahora muchas universidades participan activamente en la promoción del emprendimiento juvenil (a través de incubadoras de negocios principalmente), en el caso de la USIL este componente está presente desde sus inicios. Así, la oferta que esta universidad quiere transmitir a los alumnos se basa en la promesa de una formación de primer nivel, carreras orientadas hacia los negocios y el empleo de modernidad y tecnología de avanzada para la enseñanza.

### ***Red de Colegios Fe y Alegría***

Esta red inició sus actividades en el año 1966, hoy cuenta con 161 planteles en barrios urbanos marginales y zonas rurales, para los niveles de inicial, primaria y secundaria; incluye también Centros de Educación Ocupacional (CETPRO) e Institutos de Educación Superior Tecnológica (IST), en actividades y áreas de mayor demanda en el sector productivo local.

Desde la primaria se pone en contacto a los niños con la tecnología y se fomenta su creatividad y curiosidad por la investigación, a través de los programas Tarpuy y Lego. En secundaria se les capacita, en forma dual (teórica y práctica) en las actividades productivas más importantes, como es el caso de confecciones de prendas de vestir, ebanistería, carpintería metálica, ofimática, electricidad y electrónica, industrias alimentarias, joyería, mecánica, agropecuaria, artesanía, entre otras.

Al mismo tiempo se les promueve el espíritu empresarial, creando una cultura empresarial, que junto con los conocimientos y las prácticas de manejo de tecnologías, permitirán una mejor inserción en los mercados laborales locales. En el nivel de la educación superior la red de colegios de Fe y Alegría cuenta con cuatro IST en operación, en cuatro departamentos del país; tiene en trámite, dos en Lima y uno en Ayacucho.

### ***Perú Incuba***

En febrero del 2006, ante la proliferación de proyectos y programas que impulsaban la creación de empresas, nace la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas Perú incuba, que es una Asociación Civil sin fines de lucro, constituida por 11 instituciones, universidades e institutos superiores del ámbito nacional, ubicadas en Arequipa, Cuzco, Huancayo, Lima, Piura y Trujillo.

La misión de esta organización es fomentar, representar y agrupar de manera gremial a las incubadoras de empresas peruanas, promoviendo el desarrollo nacional a través del impulso al surgimiento y consolidación de empresas que desarrollen o hagan uso de la tecnología, y promoviendo la relación entre la academia, el Estado y la actividad empresarial.

### ***Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo - CAPLAB***

Ejecuta proyectos financiados por FONDOEMPLEO para la capacitación de jóvenes en competencias emprendedoras, con el objetivo de poner en marcha pequeños negocios que signifiquen reales oportunidades para los jóvenes de 18 a 29 años de edad. Estos proyectos se están realizando en los departamentos de Tacna, Moquegua, Cajamarca, La Libertad y Ancash. La capacitación incluye el desarrollo de las ideas de negocio, la evaluación de planes de negocio, capital semilla, asistencia técnica y acompañamiento en las fases iniciales de la empresa.

### ***Centros Rurales de Formación en Alternancia - (CRF)***

Es una modalidad educativa impulsada por el Ministerio de Educación (MINEDU) desde el año 2003, en las zonas más pobres y apartadas del país, en las regiones amazónicas y alto andinas, donde no hay instituciones educativas de nivel secundario.

### *Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

En ellos se brinda una formación armónica e integral a los jóvenes rurales en el campo técnico, empresarial y humano. Busca el desarrollo sostenido y el bienestar integral de la comunidad.

Esta modalidad consiste en la organización de la formación en espacios y tiempos diferenciados, alternando períodos en el centro y períodos en el medio socio-profesional y familiar, varía su duración de acuerdo a las peculiaridades de cada región, siendo la más generalizada la de dos semanas por dos semanas (fórmula 15/15). Los estudiantes procedentes de diferentes lugares conviven en el centro bajo la orientación de los docentes especialmente seleccionados y capacitados, realizan trabajos de estudios en equipo, en todas las áreas del currículo nacional, proyectos técnico productivos y visitas guiadas a empresas.

Esto permite que los alumnos al regresar a su comunidad con un plan de investigación, participen en sus faenas de campo, el hogar y su comunidad, impulsando mejoras para alcanzar mejores resultados. Así, los CRFA contribuyen con un mejor nivel de formación personal en zonas rurales, apoyados por los padres de familia, los Gobiernos Regionales, Direcciones Regionales de Educación, Unidades de Gestión Educativa Local y organismos de la sociedad civil. En la actualidad llegan aproximadamente a 60 los CRFA distribuidas en diferentes departamentos, a 300 docentes y a 3000 estudiantes.

Si bien es cierto que hay otras instituciones dedicadas a fomentar el emprendedurismo en el Perú, sobre todo en los departamentos del interior del país, estas son las que tienen una mayor experiencia y trayectoria.

Para mayor consistencia el año 2018 emiten el DECRETO SUPREMO N° 013-2018-MINEDU norma legal que aprueba la Política de Atención Educativa para la Población de Ámbitos Rurales.

## **Los programas de emprendedurismo en América Latina**

SINEACE (2014, p. 61) señala que las relaciones entre emprendedurismo, innovación y pequeña empresa con el desarrollo económico y social son demasiado fuertes como para que algún país del mundo las pase por alto. Existe un consenso universal de que el emprendedurismo está entre las principales causas del crecimiento económico, la creación de riqueza y bienestar de la población. Por lo tanto, no puede extrañar a nadie que todos los países, prácticamente sin excepción, tienen programas de apoyo y fomento de la empresarialidad, especialmente los países más desarrollados y los países más exitosos.

En América Latina también existen múltiples experiencias de promoción y desarrollo del emprendedurismo. Si bien esta región ha empezado un poco más tarde que los países desarrollados en este campo, indican una gran voluntad, tanto en el sector público como del privado. A continuación, presentamos una selección de los principales programas de apoyo al emprendedurismo en los países más significativos de la región:

### **Argentina**

#### ***Proyecto de jóvenes emprendedores rurales***

Proyecto implementado por la Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentos, tiene por objetivo organizar y capacitar a los jóvenes del sector rural para el autoempleo asociativo en los sectores agroalimentarios, agroindustriales, turísticos y de servicios a la producción. Funciona a través de la Red de Centros de Desarrollo Emprendedor en 14 estados de Argentina, donde un encargado asiste a los jóvenes emprendedores, con capacitaciones y asesorías. Al interior de las redes se incluye fuentes de crédito al que los jóvenes de 18 a 35 años pueden acceder.

### ***Programa Pioneros***

El programa busca que jóvenes de 16 a 19 años logren desarrollar capacidades emprendedoras mediante capacidades creativas, liderazgo, comunicación, fomentando la creación de sus propios negocios.

### ***Programa “Primer paso”***

El gobierno de Córdoba, Argentina, impulsó este programa en el que se realizaron más de 70 cursos de capacitación en cuatro años, a jóvenes entre 18 a 25 años, con cursos como gestión, metodologías y de especialización técnica. Ha realizado acuerdos con las siguientes entidades: Universidad Blas Pascal, Consejo del Menor, ONGs vinculadas a la discapacidad, Centros de Desarrollo Regional de la Provincia de Córdoba, Administración Federal de Ingresos Públicos, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación, Municipalidad de Córdoba, Agencia de Desarrollo Económico de Córdoba, Fundación de Empresas, BID/FOMIN, Aseguradora de Riesgos del Trabajo. Se favoreció la coordinación con aproximadamente 6,000 MYPS. El programa permitió la capacitación de jóvenes a las MYPS proporcionando una fuerza de trabajo subsidiada.

## **Brasil**

### ***Programa Emprendorismo de Joven Rural***

El Centro de desenvolvimiento do Joven Rural (CEDEJOR) trabajo desde el año 2000 en la formación de competencias humanas, técnicas y gerenciales, iniciando a los jóvenes en una actitud emprendedora y procurando que sus negocios rurales sean fuentes sustentables de generación de ingresos mejorando su calidad de vida. Para ello dan capacitaciones de carácter técnico-gerencial focalizadas en la mejora de las “prácticas habituales agrícola y no agrícola” así como el fomento de redes de autoayuda e integración a los mercados regionales.



***Programa de Incubadora de empresas SEBRAE***

El Servicio Brasileño apoyo a los micro y pequeñas empresas (SEBRAE), fundado en 1972, desarrolló programas de apoyo en todo Brasil a tres sectores de micro y pequeñas empresas; tanto para las que recién empiezan, los que tienen una antigüedad menor de dos años y las que tienen una antigüedad mayor a dos años, en las diferentes actividades productivas y servicios.

Como logros se muestra que las empresas que son apoyadas tienen una tasa de mortalidad promedio de 20%, dependiendo del sector, mientras que las que no son apoyadas es de 80%. También brinda información sobre mercados, acceso a créditos, y formación de redes.

**Chile**

***Desafío Joven***

El programa apoyado por Shell SAC, busca fomentar en los jóvenes el espíritu emprendedor, enseñándoles a crear un plan de negocios, y permite que lo “mentors” guíen a los jóvenes de 18 a 28 años. En la convocatoria de 2008 se presentaron 265 postulantes, de los cuales fueron aceptados 113 con un promedio de edad entre 25 a 26 años. Estos jóvenes recibieron asesorías de 150 profesionales. Al final del programa fueron seleccionados cuatro ganadores. El programa en Latinoamérica sólo se replica en Argentina y Brasil.

***Programa Emprendedor***

La Universidad de Antofagasta y la Fundación Juventud Emprendedora en su programa piloto de 2008 capacitaron a 54 jóvenes de edad escolar, entre 16 y 19 años, mediante conferencias, charlas y seminarios impartidos por los estudiantes de la universidad a sectores de bajos recursos de Antofagasta. Luego esta experiencia fue replicada en escuelas de Antofagasta.

## **Colombia**

### ***ANDI del futuro - Jóvenes emprendiendo por Colombia***

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, a través del proyecto, busca desarrollar capacidades en los jóvenes de Bogotá, Medellín, Bucaramanga y ciudades del eje cafetero. Realizan concursos y premiaciones anuales. Para participar es necesario ser miembro de la Asociación. Trabajan en cuatro comités: de comunicaciones, de prácticas, de información y empresarial. El objetivo es descentralizar la actividad emprendedora.

### ***Fundación Jóvenes Empresarios JEMCOL***

El programa se ha iniciado en 2003 y es acreditado por Youth Business International, la

Fundación Mario Santo Domingo y la Fundación Impulsar. Busca dar consejería y asesoría, así como facilitar el acceso al financiamiento a jóvenes emprendedores, así, se tiene como resultado que en el año 2007 fueron apoyados 73 jóvenes, con una tasa de supervivencia de sus negocios de 80%. En el año 2009 capacitaron a 300 jóvenes.

### ***Programa Fondo de Desarrollo Emprendedor***

El Fondo de Desarrollo Emprendedor se orienta a emprendedores mayores de 18 años que al momento de la inscripción estén graduándose de una universidad o un instituto técnico o tecnológico acreditado por el Ministerio de Educación; emprendedores que al momento de la inscripción estén cursando como mínimo los últimos años de universidad o último año en un instituto técnico o tecnológico; emprendedores que tengan una empresa en funcionamiento con un máximo de 18 meses.

## **México**

### ***Conocer PYME***

El gobierno de México brinda información para las pequeñas y medianas empresas de los sectores como industria, servicios, y comercio, brindando capacitación, transferencia y asesoría de tecnología, asistencia en la gestión.

### ***Joven Emprendedor Rural***

La Secretaría de la Reforma agraria busca capacitar a jóvenes en temas de gestión y fortalecimiento de redes y en la adquisición de nuevas tecnologías; funciona en el ámbito nacional para jóvenes entre 18 a 39 años. El proyecto iniciado en el 2005 se diseñó hasta

2010. En el 2006 fueron 4.567 beneficiarios, en 2005 fueron 1.213 y en 2004 fueron 800.

Se busca que los jóvenes del ámbito rural puedan adquirir o rentar tierra pública y recibir asistencia técnica y capacitación en generación de negocios agrícolas.

### ***México Emprendedor***

Civilización emprendedora, institución que ejecuta el programa, es una asociación civil, que creó un portal en la Web para facilitar información relacionada con los programas y líneas de apoyo; menciona como uno de sus logros la creación de una empresa en cinco minutos. Uno de los puntos esenciales es el de acceder a las redes de negocios y capacitaciones a nivel nacional.

A continuación, se presenta un cuadro con estos y otros programas de apoyo y fomento del emprendedurismo en América Latina, incluyendo algunos países de desarrollo económico menor, como es el caso de Ecuador, Bolivia, Uruguay y Panamá.

*Tabla 1 Proyectos de fomento de la empresarialidad en Latinoamérica*

<b>País</b>	<b>Nombre del proyecto</b>	<b>Agencia ejecutora</b>	<b>Acciones</b>
Argentina	Jóvenes Emprendedores	Asociación Damas Salesianas Argentinas	Fomento de idea de jóvenes en edad escolar para generación de emprendimientos transformando su vida y la de sus congéneres
	Nuevas empresas de jóvenes orientadas al crecimiento en el Gran Buenos Aires	Fundación Pacheco General	Formación de emprendedores Redes y servicios de apoyo
	Promoción de microemprendimientos juveniles	Fundación Impulsar	Integración de los jóvenes de 18 a 30 años al sector productivo Apoyo con créditos
	Emprendiendo con los jóvenes	Ministerio de Desarrollo Social en asociación con: Asociación Granja Siquem Asociación Emprender Mendoza Asoc. Mujeres Clorindenses Centro Ecuménico Porajhú	Desarrollar las capacidades emprendedoras de jóvenes en las localidades participantes

			Fundación Crear desde la Educación Popular Fundación Crear Vale la Pena Fundación de Organización Comunitaria FOC Fundación Otras Voces Fundación Sustentabilidad Educación Solidaridad (SES)	
Bolivia	Desarrollo local y la formación microempresas rurales proveedoras de servicios		Food For The Hungry International	Establecimiento de una cadena de negocios rurales
País	Nombre del proyecto		Agencia ejecutora	Acciones
	Proyecto de Apoyo al Desarrollo de Microcrédito Productivo para Jóvenes Emprendedores		Agencia Nacional de Desarrollo Microempresarial	Financiamiento productivo del primer emprendimiento de jóvenes
Brasil				Busca desarrollar emprendimientos de base tecnológica con instrumentos de financiamiento con acciones como capital de riesgo.
	Proyecto INNOVA		Financiadora de Estudios y Proyectos Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP)	

Colombia	Promoción de la empresarialidad entre jóvenes colombianos	Fundación Corona	Educación y formación de emprendedores Concursos de planes de negocio Oportunidades de negocios Redes y servicios de apoyo Difusión y Evaluación
	Fortalecimiento Fondo Esperanza	Fundación Cristo	Hogar de Mejoras a través de capacitación a las instituciones de microcrédito
Chile	Enlace Agrícola	Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) Chile	Fomento de empresas agrícolas a jóvenes entre 18 a 30 años en producción, transformación y servicios conexos.
	Apoyo a la microempresa juvenil	Movimiento Laico para América Latina	Apoyo a jóvenes de Santiago y alrededores, brinda acceso a nuevas fuentes de financiamiento, asesorías e información y facilitación de acceso a redes de

			negocios a los jóvenes.
	Promoción del voluntariado para promover las microempresas	Acción emprendedora	Crear y expandir competitividad y oportunidades para microempresarios rurales indígenas
Ecuador	Apoyo a la Corporación indígena del Ecuador	Corporación Empresarial Indígena	Reducir los índices de violencia familiar fortaleciendo las capacidades locales
México	Red de microempresarios indígenas a través de turismo rural	Red de Turismo de México	Apoyo a emprendimientos en turismo vivencial y rural
Panamá	Desarrollo capacidad empresarial para nuevos emprendedores	Empretec Panamá	Educación y formación de emprendedores
Perú	Promoción de nuevas empresas juveniles en Perú	Fundación Probienestar y Desarrollo - PROBIDE	Educación y formación de emprendedores y concursos de creación de planes de negocios y acceso a redes y servicios
	Formación de jóvenes emprendedores	Junior Achievement Perú	Educación y formación Programa Junior Achievement

Uruguay	Start up de empresas de tecnologías de la información	Laboratorio Tecnológico del Uruguay	Generación de planes de negocios y acceso a redes y servicios de apoyo
	Desarrollo de la capacidad empresarial	Endeavor	Educación y formación de emprendedores

Fuente: Villarán, Fernando, coord. (2001).

Como se puede observar en la tabla 1, se trata de una gama muy amplia de programas, proyectos e iniciativas de apoyo y fomento al emprendedurismo; demuestra que no hay una fórmula definida ni uniforme en los países de la región.

### **Los programas de emprendedurismo en los países desarrollados**

SINEACE (2014, p.67) menciona los diversos programas de emprendedurismo de los países desarrollados, en el siguiente orden:

#### **Estados Unidos de Norteamérica**

La primera potencia económica y militar del mundo tiene muchos programas e instituciones de apoyo al emprendedurismo (*entrepreneurship*); algunos de los principales se presentan a continuación:

##### *A nivel de Gobierno:*

**Business.gov:** Este programa está dirigido por la Administración de la Pequeña Empresa, en inglés: U.S. Small Business Administration (SBA), en asociación con otras 21 agencias federales. Esta asociación, conocida también como Business Gateway, es parte de la Iniciativa Presidencial para el E-government (o gobierno electrónico) y brinda información a todos los negocios pequeños en Estados Unidos.



**SCORE: Counselors to America's Small Businesses:** Es un programa dedicado a brindar educación, capacitación y asesoría, a los emprendedores y dueños de pequeños negocios en Estados Unidos.

**Small Business Administration (SBA):** es la principal agencia norteamericana dedicada a la promoción, apoyo y defensa de las pequeñas empresas en Estados Unidos. Su misión incluye defender la libre competencia en el mercado, facilitar el clima apropiado para la pequeña empresa y asegurar que se mantenga como el motor del crecimiento económico del país; y al mismo tiempo ser una fuente de oportunidad de progreso para todos los norteamericanos.

***A nivel del sector privado:***

**Centro Internacional de la Empresa Privada (Center for International Private Enterprise CIPE):** Institución afiliada a la Cámara de Comercio de Estados Unidos; trabaja en 1000 ciudades del país y en 100 países del exterior apoyando a emprendedores.

**Consejo de la Competitividad (Council on Competitiveness):** Es una institución en la que participan líderes de las grandes empresas, presidentes de universidades y dirigentes laborales. Tiene por objetivo impulsar la competitividad del país con especial énfasis en la promoción de nuevas empresas dinámicas.

**Endeavor:** Esta entidad se concentra en apoyar a empresas emergentes con alto contenido de innovación tecnológica; es decir, el segmento que tiene el mayor impacto en la generación de empleo y desarrollo local. Opera no sólo en Estados Unidos sino también en diversos países del mundo.

**Organización de Emprendedores (Entrepreneurs Organization - EO):** Fundada hace 20 años por emprendedores jóvenes, hoy día es una

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

organización con más de 6000 miembros y opera en 38 países impulsando el emprendedurismo.

***Innovate América:*** es la iniciativa del Concejo de la Competitividad orientada específicamente a la innovación y a los jóvenes emprendedores.

***La Fundación Nacional para la enseñanza del emprendedurismo (The National***

***Foundation for Teaching Entrepreneurship NFTE)***: se especializa en apoyar a jóvenes de menores ingresos en crear y mejorar sus pequeños negocios. Tiene nueve oficinas en todo Estados Unidos.

***Asociación de Emprendedores Urbanos (Urban Entrepreneur Partnership)***: Incentiva y apoya a emprendedores de las minorías sociales y étnicas en Estados Unidos.

Finlandia

Es el país que durante los últimos años ha mostrado la mejor educación en el mundo al haber ganado en forma reiterada las pruebas PISA, por lo tanto hay que mirarlo con atención. Los principios guía para establecer la política educativa en Finlandia son: calidad, eficiencia, equidad e internacionalización. El Ministerio de Educación es la autoridad más alta en materia educativa. Supervisa la educación primaria, secundaria general, la formación profesional brindada por los politécnicos y la universidad, así como la educación de adultos. El régimen educativo finlandés se compone de nueve años de educación básica (enseñanza general), incluyendo un año no obligatorio de pre-primaria; la enseñanza secundaria superior, que comprende la educación general y vocacional; y la educación superior, ofrecida por las universidades y las escuelas politécnicas. Después de la escuela secundaria superior, los estudiantes

continúan sus estudios en las universidades, escuelas politécnicas o instituciones profesionales.

El emprendedorismo ha sido un objetivo para el Ministerio de Educación de Finlandia. En 1994 estableció una educación que hace hincapié en actitudes positivas, conocimiento básico y habilidades empresariales, así como en el desarrollo de capacidades para aplicar modos operacionales emprendedores.

La aplicación de la política educativa a favor del emprendedorismo se puede percibir en los siguientes ejemplos:

***Empresas simuladas:*** Son usadas en educación secundaria en todo el país. Se simulan empresas reales que permiten a los estudiantes adquirir competencias empresariales. Un dato interesante es que la currícula del curso es reemplazada por un plan de negocios. Es en la elaboración de este plan que los estudiantes tienen como socio para su elaboración a empresas reales –del sector en el que sus ideas pretenden desarrollarse–, donde ellos adquieren competencias prácticas.

***Entrenamiento de profesores.*** Establece la necesidad de un pre entrenamiento obligatorio de los profesores, para poder adquirir competencias emprendedoras que puedan ser transmitidas a los estudiantes.

Las competencias adquiridas por los estudiantes producto de los programas de emprendedurismo dentro del currículo educacional finlandes incluye:

*Actuar con un espíritu emprendedor y de iniciativa.*

*Actuar de manera innovadora y con perseverancia en el logro de una meta.*

*Evaluar sus propias acciones y su impacto.*

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

*Conocer la vida laboral y la actividad empresarial.*

*Ser proactivos, estar familiarizado con las diferentes oportunidades de emprendimiento.*

Para el 2016, el Ministerio de Educación finlandés tiene previsto que la educación emprendedora se haya afianzado como una parte sólida y un componente más fuerte del currículo educacional; para entonces espera la integración entre la educación, estrategias comerciales y los planes de desarrollo locales. Para cumplir este objetivo se presta apoyo financiero a las escuelas con la finalidad de que dicho ministerio cumpla las metas establecidas.

## Australia

El Consejo ministerial de Educación, Empleo y Entrenamiento de Australia considera que la educación actual debe estar acorde con los cambios suscitados a nivel mundial, tales como:

*La integración global y la creciente movilidad estudiantil.*

*El auge económico de nuevas potencias económicas como la India y China.*

*La globalización y el cambio tecnológico.*

*Medio ambiente complejo por presiones sociales y económicas.*

*Rápido crecimiento de las tecnologías de la información.*

Para ello propone que la forma de proveer una alta calidad de vida a sus ciudadanos, es mediante una educación que brinde habilidades y conocimientos para competir en una economía global mediante la innovación.

En el siglo XXI la capacidad de Australia para proveer una alta calidad de vida dependerá de su habilidad para competir en la economía global basada en conocimiento e innovación. La educación equipa a los jóvenes con el conocimiento, la comprensión, las habilidades y los valores para

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

aprovechar con ventaja la oportunidad y encarar los desafíos de esta era con confianza. (Declaración de Melbourne sobre Metas educativas para los jóvenes australianos 2008). En la Declaración de Melbourne (2008), documento que guía los objetivos de educación de Australia, se señalan los objetivos educativos para desarrollar una educación emprendedora. Estos objetivos incluyen:

*Creatividad, autoconfianza, capacidad para responder a los cambios y habilidad para generar, reconocer y aprovechar oportunidades.*

*Preparación de los estudiantes para tomar responsabilidad sobre su propio aprendizaje, sobre su educación post secundaria y sus oportunidades laborales.*

*Desarrollo personal que posibilite a los estudiantes adaptarse y tomar ventajas de las circunstancias de cambio en los negocios, empleo y comunidad.*

Estos objetivos indican la importancia que el Estado australiano le otorga a temas como la innovación y el emprendedurismo. El currículo educacional de Australia contiene el curso de Economía y negocios, que se enseña en los 12 años que dura la vida escolar.

### **Las competencias empresariales y emprendedoras**

SINEACE (2014, p.72) señala que el Ministerio de Educación del Perú (MINEDU) ya ha trabajado este tema con anterioridad y por lo tanto tiene un contacto y apreciación sobre el mismo, nos parece pertinente presentar los resultados del trabajo realizado por SASE Consultores e IPAE (Instituto Peruano de Acción Empresarial) para este ministerio en el marco del Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación (MECEP) con financiamiento del Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Los objetivos de esta investigación fueron determinar las competencias necesarias para crear y gestionar micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, así como proponer medidas para que el MINEDU pueda implementar los inicios de una educación emprendedora en la educación secundaria. Para lograr estos objetivos se hizo una encuesta en el ámbito nacional a más de 1000 MYPE, se entrevistó a 87 empresarios en actividad y se realizaron nueve grupos focales (focus groups) con diversos empresarios. Este trabajo se realizó durante 1999, año en el que también se discutieron los resultados con el MINEDU y los funcionarios del MECEP; finalmente el año 2001 se publicó el documento en forma oficial.

La primera parte del trabajo consistió en determinar las funciones que deben realizar los empresarios y empresarias de las MYPE peruanas en la conducción exitosa de su empresa. Las encuestas, las entrevistas y los grupos focales dieron cuenta de estas funciones, valoradas por los propios gestores y propietarios de las empresas.

La segunda parte del trabajo consistió en determinar las competencias, entendidas como: “la capacidad de la persona para construir y utilizar conocimiento, resolver problemas, tomar iniciativas y desempeñarse con eficacia, eficiencia y satisfacción frente a cualquier aspecto de su realidad. Incluyen tres dimensiones: el saber, el saber hacer y el ser” (tal aparece en el documento mencionado), que los empresarios y empresarias de las MYPE requirieron, tanto para crear sus propias empresas como para gestionarlas exitosamente.

### **Las funciones empresariales en las MYPE peruanas**

SINEACE (2014, p.73) muestra la tabla 2 que presenta las funciones empresariales con los aprendizajes manifestados por los empresarios y empresarias (segunda columna), los mismos que aparecen en el orden en que fueron priorizados por los encuestados. En la tercera columna aparece el nivel de la competencia que articula el aprendizaje, que como hemos

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*  
 visto puede ser de tipo conceptual (saber), procedimental (saber hacer) o actitudinal (ser).

*Tabla 2 Funciones empresariales y sus aprendizajes*

Nº	Función empresarial	Aprendizajes (Capacidades, habilidades, actitudes requeridas en la actividad empresarial)	Nivel que articula el Aprendiz.
1	Vender	• Buena atención al cliente	Saber
		• Ofrecer buenos precios y promociones	Saber
		• Creatividad en las ventas y la publicidad	Ser
		• Ofrecer productos o servicios de calidad	Saber
		• Conocer el mercado	Saber
		• Capacidad de convencer y comunicarse	Ser
		• Responsabilidad y cumplimiento	Ser
		• Voluntad de mejorar e invertir (en infraestructura y publicidad)	Ser
		• Formar un buen equipo de ventas	Saber
		• Ofrecer variedad y novedades	hacer
2	Liderar (en la empresa y la comunidad)	• Reactivación de la economía (estar al tanto)	Ser
		• Responsable / cumplido	Ser
		• Arriesgado / emprendedor	Ser
		• Perseverante / afán de superación	Ser
		• Creativo / innovador	Ser
		• Dirigir grupos humanos / liderar	Ser
		• Comunicativo / negociador	Ser
		• Tener conocimiento / información	Saber
		• Crear identificación con la empresa	Ser
		• Generar ética colectiva / valores	Ser
		• Tomar decisiones oportunas y acertadas	Ser
		• Motivar al personal	Ser

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener respeto por los trabajadores</li> <li>• Inspirar confianza y cumplir su palabra</li> <li>• Seleccionar personal competente</li> <li>• Saber transmitir ideas y propuestas</li> <li>• Tomar decisiones acertadas</li> <li>• Capacitar permanentemente al personal</li> <li>• Ser abierto y proclive a la participación</li> <li>• Capacidad para negociar con trabajadores</li> <li>• Delegar responsabilidades</li> </ul>	<p>Ser</p> <p>Ser</p> <p>Saber</p> <p>hacer</p> <p>Ser</p> <p>Ser</p> <p>Saber</p> <p>Ser</p> <p>Ser</p> <p>Saber</p>
Nº	Función empresarial	<b>Aprendizajes (Capacidades, habilidades, actitudes requeridas en la actividad empresarial)</b>	<b>Nivel que articula el Aprendiz.</b>
			Ser
			Saber
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas relaciones con proveedores</li> <li>• Aprovechar al máximo los recursos disponibles</li> <li>• Registrar precios, costos y ganancias</li> <li>• Dominar los aspectos contables</li> <li>• Realizar gestiones y trámites</li> <li>• Experimentar nuevos modelos de organización</li> <li>• Elaborar documentos e informes</li> <li>• Conocer y aplicar leyes (impuestos)</li> <li>• Tener orden y presentación</li> <li>• Ser responsable / puntual</li> </ul>	<p>hacer</p> <p>Saber</p> <p>hacer</p> <p>Saber</p> <p>hacer</p> <p>Saber</p> <p>Saber</p> <p>Saber</p> <p>hacer</p> <p>Ser</p> <p>Ser</p>
3	Organizar		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar tecnología apropiada</li> <li>• Producir productos y servicios de calidad</li> <li>• Crear nuevos productos y servicios</li> <li>• Contar con personal calificado y motivado</li> </ul>	<p>Saber</p> <p>Saber</p> <p>Saber</p>



		• Uso adecuado de maquinaria y equipos	Saber
		• Estimular la calidad en los procesos productivos	hacer
		• Tomar decisiones oportunas para obtener.	Saber
		• Organizar métodos y sistemas eficientes	Ser
		• Pensar en el cliente	Saber
		• Mayor inversión de capital	Ser
5	Planificar y evaluar	• Conocer y evaluar a la competencia	Saber
		• Aplicar creatividad en planes y estrategias	Ser
		• Realizar seguimiento del rendimiento	Saber
		• Buscar y evaluar nuevos mercados	hacer
		• Sensible a las nuevas tendencias	Saber
		• Generar y controlar procesos	Ser
		• Buscar y evaluar nuevas tecnologías	Saber
		• Buscar y decidir alianzas convenientes	Saber
6	Innovar	• Generar novedades	
		• Actualizarse constantemente	Ser
		• Promover la creatividad	Saber
		• Conocer información sobre avances tecnológicos	Ser
		• Abierto a lo nuevo	Saber
		• Disposición para invertir en equipos e instalaciones	Ser
7	Manejar Finanzas	• Cumplir con obligaciones	Ser
		• Tener capacidad de negociar y renegociar	Ser
		• Ser creativo en la administración de recursos	Ser
		• Tener credibilidad / proyectar seguridad	Ser
		• Seleccionar fuentes de crédito	Saber
		• Elaborar e interpretar estados financieros	Saber

Fuente: Villarán, Fernando, coord. (2001). *Op. cit.*, p. 34-35.

Cada una de estas funciones empresariales es relevante para el desempeño exitoso de los empresarios y empresarias, sin embargo, el grado de conciencia y dominio que ellos tienen sobre las mismas varía. Algunos empresarios son fuertes en ventas y otros lo son en producción, dependiendo también de la actividad a la que se dedican. De todas formas, se requiere un dominio mínimo de las siete funciones para poder asegurar el máximo de posibilidades de éxito.

En esta parte del trabajo realizamos el ejercicio de identificar cuál de las tres dimensiones (saber, saber hacer o ser) era la que articulaba el aprendizaje en cada caso. Este ejercicio no fue fácil y está sujeto a cierto nivel de controversia, pero lo consideramos útil para identificar la naturaleza del aprendizaje y para orientar el esfuerzo de transformarlas en contenidos educativos.

A lo largo del trabajo se pudo observar una presencia importante de aprendizajes de tipo actitudinal, es decir, que corresponden al nivel del ser. Esta constatación es congruente con nuestras hipótesis de trabajo, pues las características principales de empresarios y empresarias tienen mucho más que ver con este tipo de cualidades personales que con conocimientos puros o teóricos. No existe empresario sin el deseo y la voluntad de llevar algo adelante, de vencer las dificultades, de perseverar a pesar de los problemas y fracasos, de convencer a sus socios y clientes, de comprometer a su personal, de proyectar una imagen de confianza y seguridad a financistas y proveedores, de derrochar y promover la creatividad; todas ellas, cualidades y actitudes absolutamente personales.

Luego están los aprendizajes con predominio de la dimensión cognoscitiva (saber).

Mantienen una importancia que nadie duda dentro de la actividad empresarial. Es probable que la actual oferta educativa, principalmente la

que se da a nivel técnico y universitario, permita pensar que estos aprendizajes estén parcialmente cubiertos. De todas formas, es dudoso que el solo dominio de los temas y contenidos teóricos sobre la actividad empresarial convierta a los poseedores de este conocimiento en empresarios

Los aprendizajes con predominio de la dimensión procedimental o de manejo de tecnologías (saber hacer), que, por supuesto son importantes y que se encuentran en cada uno de ellos, están en tercer lugar. Estos resultados corresponden con las hipótesis que estábamos manejando, puesto que el tipo de requerimientos para el buen comportamiento empresarial son más de carácter general, aplicable a todas las actividades económicas y ramas productivas, y no de carácter específico para cada actividad económica específica.

### **Las competencias empresariales en las MYPE peruanas**

Tal como lo señala el SINEACE (2014, p.75) a las competencias generales empresariales se ha llegado por dos caminos paralelos. Por un lado, se ha utilizado las funciones empresariales, a través de las cuales hemos desagregado con los empresarios y empresarias los aprendizajes (conocimientos, capacidades y actitudes) necesarios para cada una de ellas. En este conjunto de aprendizajes descubrimos patrones comunes (todas las funciones necesitan buena comunicación, por ejemplo) que nos llevaron a una primera aproximación de las competencias. Por otro lado, preguntamos de manera directa a los empresarios y empresarias, tanto en las entrevistas como en los grupos focales y la encuesta, qué pensaban de un conjunto de competencias que les presentamos como hipótesis de trabajo. En este caso, ellos confirmaron algunas, mejoraron otras y plantearon también algunas nuevas. El resultado de este proceso de aproximaciones sucesivas son las competencias generales necesarias para

crear y gestionar exitosamente pequeñas y micro empresas que presentamos a continuación:

*Tiene capacidad de comunicación fluida y empática, lo que optimiza el servicio al cliente, la satisfacción del personal y las buenas relaciones con los proveedores.*

La primera imagen de un empresario con buen dominio en la comunicación se asocia con la función de las ventas. Sin embargo, esta competencia tiene una complejidad mayor, ya que permite el establecimiento de relaciones de confianza con los clientes, los proveedores y el personal. El mercado se basa en relaciones de intercambio de productos y servicios tangibles, lo que requiere de la buena predisposición de quienes lo realizan y eso se funda en la creación de un escenario de confianza basado en códigos de conducta comunes que se crean y potencian a través de la empatía lograda entre personas e instituciones.

*Posee iniciativa y capacidad para tomar decisiones en situaciones normales o de riesgo, asumiendo permanentemente nuevos desafíos empresariales.*

Uno de los rasgos con el que más gusta identificarse los empresarios, que los distingue de quienes optan por participar en el mercado laboral como empleados, es la iniciativa para asumir retos, resolver problemas y tomar decisiones. El empresario comanda un equipo que le asigna la función de líder, guía y conductor. Para ello, el empresario competente tiene que desarrollar la capacidad de precisar tendencias, priorizar información, demostrando dominio –y vocación– por tener conocimientos actualizados que le permitan tomar decisiones para el desarrollo de su empresa. El empresario tiene la responsabilidad de trazar la ruta por la que transitará su empresa. De su visión y su capacidad para asumir y manejar

situaciones de riesgo depende su sustento económico, el de sus trabajadores y la viabilidad de su negocio.

*Resuelve problemas, busca permanentemente soluciones creativas, tiene una vocación por la innovación, el cambio y a la mejora continua en todos los ámbitos de su empresa.*

El empresario competente siempre se enfrenta a una multiplicidad de problemas que debe resolver en su organización, los que debe resolver de manera eficaz y eficiente. Como manera de adelantarse a estos problemas, se orienta a la mejora continua en todos los ámbitos de su negocio generando dentro de su equipo un ambiente creativo que permita el permanente cuestionamiento sobre la manera de desarrollar los procesos productivos, métodos de trabajo, la presentación de los productos (incluyendo los servicios que brinda la empresa), etc. El empresario competente es sobre todo una persona que lidera un equipo que genera preguntas, problematiza lo que hace y encuentra las soluciones apropiadas. La creatividad con la que enfrenta los problemas parte de su búsqueda constante de información y de su capacidad para discriminarla y procesarla, del análisis de su competencia y de la preocupación constante por lo que ocurre en los negocios afines de los países más desarrollados. Todo ello lo complementa con el desarrollo de una sensibilidad para captar las necesidades de sus clientes y para generar alianzas con sus proveedores de insumos, tecnología, financiamiento, conocimiento.

El empresario competente también sabe imitar al líder en su rubro y contagiar a su equipo esa sensación de insatisfacción permanente que no conduce a la frustración, sino a la búsqueda de la creatividad. Esta creatividad, esta generación de respuestas novedosas, tiene que ver con virtudes de asociación de conceptos y de información en función de las

tendencias del futuro, así como con la claridad de visión que tiene acerca de lo que desea para su empresa.

*Actúa en función de valores, comprometiendo las voluntades de colaboradores, clientes y proveedores, y generando una cultura empresarial propia.*

A decir de la mayoría de empresarios, la competencia que marca la distinción entre quién es empresario y quién no, es ante todo su capacidad de liderar a un equipo de personas asociada a la generación de riqueza y la satisfacción de las necesidades de los clientes. Ese liderazgo puede tener peculiaridades según el momento histórico, el modelo económico, la edad del empresario, el género, su formación y experiencia vital. Lo que es inalterable es que genera, en torno a él y a la misión que ha generado para su empresa, lealtades y un compromiso que moviliza las voluntades de los integrantes de su equipo que van más allá de la retribución económica con la que premia su esfuerzo. Para iniciar un reto empresarial, el emprendedor tiene que construir una visión que, en primer lugar, le genere un compromiso consigo mismo y lo estimule a desarrollar la fuerza interior que le permita trazar la estrategia de desarrollo de un negocio, aplicarla y comprometer a su equipo en su consecución. Es a partir de ahí que aparecen las necesidades de planificar, organizar el trabajo, innovar, producir, vender, financiar, procesar información, tomar decisiones, comunicar y dirigir un equipo.

*Obtiene, interpreta y prioriza información, demostrando dominio de conocimientos y destrezas necesarios para el desarrollo de la empresa incluyendo la tecnología.*

Los empresarios se mueven en un mundo con muchas situaciones y variables, cada una de las cuales no solo está en constante cambio, sino que también pueden afectarlos de diversa manera. Por ello deben estar

informados de lo que está ocurriendo a su alrededor, en el interior de la empresa, en su entorno más inmediato, en su zona o región de operación, en su país, en el continente y en el mundo. Con la economía cada vez más globalizada, con el avance de las comunicaciones que acortan las distancias, además de estar informados tienen que discriminar la información y los acontecimientos que pueden afectar su negocio. Muchos autores hablan de que estamos en la era de la información, y ella está cada vez más disponible a través de múltiples medios; sin embargo, estamos llegando al punto de que existe demasiada información y que es imposible asimilarla toda. Por ello, para el empresario no solo se trata de ubicar las fuentes de información sino, sobre todo, tener la capacidad para priorizarla y discriminarla. El dominio sobre las tecnologías que utiliza la empresa es una de las competencias más importantes en la medida en que son ellas las que le dan la productividad, que le permitirá ingresos más altos para él y sus colaboradores, así como las ventajas necesarias para mantenerse y avanzar en los mercados donde actúa.

*Desarrolla métodos de trabajo sistemáticos, organiza las funciones y áreas de su empresa, y controla todos los procesos dentro de su actividad empresarial.*

Esta competencia tiene que ver con aprendizajes específicos, técnicos y formales de administración, producción, finanzas, marketing, generalmente ajenos a los empresarios empíricos (sobre todo en los mayores de 40 años) pero cada vez más comunes entre los emprendedores jóvenes con mayor nivel de educación formal. Sin embargo, los empresarios competentes, tengan o no conocimientos formales en administración, logran desarrollar empresas organizadas con áreas definidas y métodos de trabajo sistemáticos, así como también metodologías de evaluación que les permiten reorientar los esfuerzos de su organización.

### *Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Para ello desarrollan habilidades de contratación de personal al cual le dan la confianza y responsabilidad para que actúe en aquellas áreas que no dominan, sometiéndose muchas veces a sus criterios. El empresario competente debe dominar a cabalidad las tareas que su empresa realiza para brindar un producto al cliente; diseñar una organización de acuerdo a sus fines; contratar personal adecuado asignándole responsabilidades y brindándole confianza y autoridad; generar y utilizar sistemáticamente métodos de control de los procesos productivos y del desempeño de las áreas; supervisar, capacitar y alentar al personal en el desarrollo de las tareas delegadas.

*Orienta sus esfuerzos hacia la generación de riqueza y la obtención de una ganancia, tiene una vocación por el ahorro y la inversión, y actúa guiado por una racionalidad económica, planteándose constantemente metas de crecimiento.*

El fin de una empresa es la generación de riqueza; y la consigna principal de un empresario es que al final de cada balance los ingresos sean mayores que los egresos y que estos se encuentren disponibles o pueda identificarlos claramente en las inversiones realizadas. Para ello, el empresario debe manejar las cuentas de su negocio de manera sistemática y ordenada, afinando los procesos de su empresa para generar sus productos al menor costo posible sin desmedro de la calidad. Asimismo, debe planificar sus inversiones adecuadamente, analizando con rigurosidad todos los factores que puedan confluir o entorpecer su recuperación. Sus decisiones se deben basar en criterios de racionalidad económica sin excluir la ética, las normas y la ley.

El manejo financiero requiere de conocimientos específicos concretos, que tienen mucho que ver con aprendizajes obtenidos en la educación formal y, que, en todo caso, se suplen con una adecuada contratación de personal y diálogo con las instituciones financieras y empresariales de



mayor experiencia. Muchos empresarios tienen cierta aversión a la rigurosidad que exige esta competencia y manifiestan que es su talón de Aquiles. El criterio financiero muchas veces reprime el ímpetu, la iniciativa y la creatividad empresarial forzándolos a actuar con criterios realistas.

### **Análisis del área de Educación Para el Trabajo en la EBR**

De acuerdo a lo señalado por el SINEACE (2014, p.82) los objetivos vigentes de la Educación Básica Regular (EBR) incluyen diversos aspectos de la vida económica en la que viven los estudiantes y que van a tener que enfrentar cuando salgan de las escuelas. Según el Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Regular, Ministerio de Educación, Lima, diciembre 2008, se trata de “desarrollar actividades laborales y económicas que le permitan organizar su proyecto de vida y contribuir al desarrollo del país”, también menciona “desarrollar aprendizajes en las ciencias, humanidades, la técnica, así como aquellos que permitan al educando un buen uso y usufructo de las nuevas tecnologías”. Es decir, aun en los objetivos más generales de la EBR, ya se encuentran elementos importantes de una educación emprendedora.

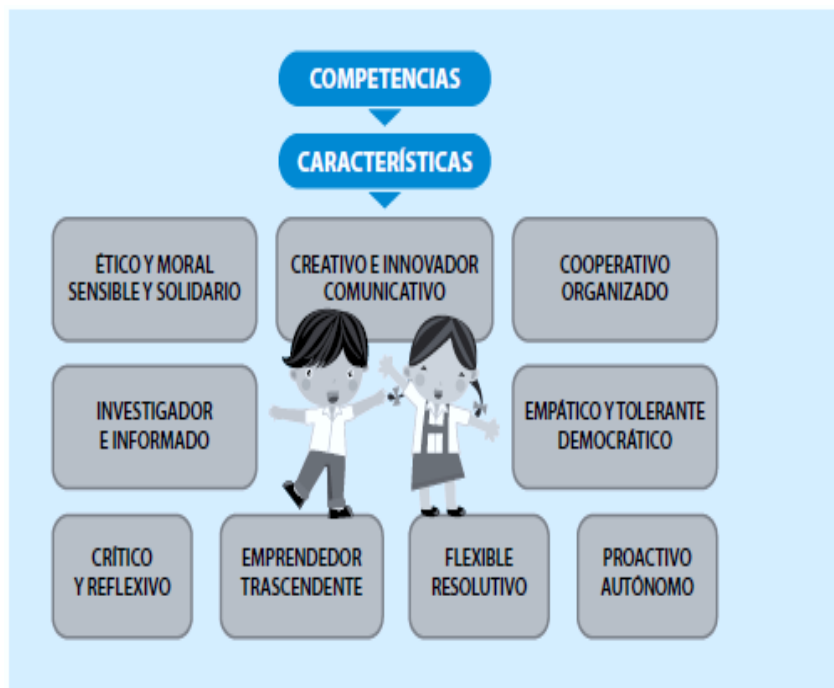
En cuanto a los propósitos de la EBR, también encontramos orientaciones claras que la sustentan, como es el caso del N° 8: Desarrollo de la capacidad productiva, innovadora y emprendedora como parte de la construcción del proyecto de vida de todo ciudadano.

Precisa que las instituciones educativas, en el marco de una cultura productiva, innovadora y emprendedora, deben ofrecer las oportunidades y condiciones para que el estudiante aprenda a decidir y asumir retos. Posibilitándole también la capacidad para escoger entre las opciones laborales existentes. Estas capacidades productivas y actitudes emprendedoras contribuirán a responder los retos del desarrollo local, regional y nacional en el contexto de la globalización.

Así como el propósito N° 10: Desarrollo de la creatividad, innovación, apreciación y expresión a través de las artes, las humanidades y las ciencias; permitiendo a los estudiantes tomar conciencia sobre su identidad, la libertad, los afectos y el sentido de trascendencia, debiendo desarrollar capacidades para que les permita expresarse en contextos tan diversos como el peruano.

Sobre esta base el Currículo Nacional de Educación Básica Regular el mismo que fue aprobado por RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 281-2016-MINEDU precisando mediante la RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 649-2016-MINEDU aprobando el Programa Curricular básico de los niveles de educación inicial, primaria y secundaria señala la siguiente competencia: Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social; y las capacidades Crea propuestas de valor, Aplica habilidades técnicas, Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas, evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento. CNEBR (pag. 195, 196)

*Figura 2 Características de los estudiantes al concluir EBR*



Fuente: Tomado de: Perú. MED. (2009). DCN EBR, p. 32.

### *Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

En cuanto a las características y competencias que los estudiantes tienen que haber adquirido a lo largo de su educación básica regular, se proponen varias que se asocian estrechamente a las actividades emprendedoras como la creatividad e innovación, ser flexible, resolutivo, proactivo, autónomo, comunicativo, emprendedor y transcendente.

Una de las principales áreas de la educación secundaria, es la Educación para el Trabajo.

Ella se desarrolla a lo largo de toda la educación secundaria, es decir, empezando desde el primero hasta el quinto y último año de secundaria.

La finalidad del área de Educación para el Trabajo (EPT) es desarrollar competencias laborales, capacidades y actitudes emprendedoras que permitan a los estudiantes insertarse en el mercado laboral como trabajador dependiente o generar su propio puesto de trabajo creando su microempresa, en marco de una cultura exportadora y emprendedora.

En cada uno de los cinco años de secundaria la educación para el trabajo se organiza alrededor de tres ejes: 1) gestión de procesos, 2) ejecución de procesos, y 3) comprensión y aplicación de tecnologías. Esta última es la parte menos clara de toda el área de la Educación para el Trabajo, puede prestarse a confusiones por parte de los profesores y los propios alumnos.

En cada uno de los cinco años de secundaria, junto con las capacidades que vienen de los tres ejes mencionados se trabajan las siguientes actitudes:

Actitudes:

*Muestra disposición emprendedora.*

*Tiene disposición y confianza en sí mismo.*

*Tiene voluntad y automotivación para el logro de sus metas.*

*Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.*

*Normeña Villarreal S./Nilza Villarreal S./Rubén W. Torres O.*

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

*Tiene disposición para trabajar cooperativamente y disposición para liderar.*

*Cumple con las normas de seguridad.*

*Valora la biodiversidad del país y se identifica con el desarrollo sostenible.*

Ellas son parte del núcleo central de la educación emprendedora. Esto significa que la educación para el trabajo ha evolucionado de una visión tradicional de la formación laboral para el trabajo dependiente a una visión más moderna y emprendedora.

Es decir, es posible diseñar e implementar una educación emprendedora durante la Educación Básica Regular (EBR) con las actuales normas y políticas del Ministerio de Educación en Educación Básica Regular y específicamente de Educación para el Trabajo. Habría que introducir cambios menores en el área de Educación para el Trabajo; y seguramente también, cambiarle de nombre.

### **Lineamientos para implementar una Educación emprendedora en la EBR**

Según lo señala el SINEACE (2014, p. 85) la implementación de una educación emprendedora en la Educación Básica Regular peruana es una tarea muy grande y va a demandar el concurso de muchas personas e instituciones. En las líneas siguientes pretendemos lanzar algunas ideas para iniciar una discusión más amplia y sostenida:

*Desarrollar la autoestima (el ser) de los alumnos a partir de las actividades empresariales familiares*

La característica actitudinal más importante de los emprendedores es la autoestima, sin ella es imposible plantearse y asumir objetivos y retos que hacen crecer y liberan. Si uno no se siente capaz de formular objetivos y metas nunca los va a realizar. Esta característica se ubica en el cuarto pilar

del “Informe Delors”: el ser. El ser está antes del saber y antes del actuar. Si uno no se siente alguien, si uno no tiene o adquiere una identidad, es muy difícil dar algún paso con independencia y autonomía. Los que se sienten poca cosa son los perfectos empleados dependientes que solo obedecen órdenes.

El mejor punto de partida para fortalecer la autoestima es conocer, investigar y valorar lo que ya están haciendo los alumnos en sus casas, en sus parcelas, en sus talleres. Según las cifras existen 3.2 millones de micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, 1.6 en el campo (pequeños propietarios agrícolas) y 1.6 en las ciudades, microempresas urbanas. A ellos hay que sumar 2.6 millones de personas que trabajan en forma independiente en diversos oficios y actividades. Todas ellas son personas que trabajan en forma independiente, representan el 40% de la población económicamente activa (PEA). Es decir, aproximadamente el 40% de las familias en el Perú realizan actividades empresariales, la mayoría en forma precaria e informal. Estos porcentajes son mucho mayores en las regiones menos desarrolladas del país. El Perú oficial no toma estas actividades en serio, tampoco las escuelas. No son tema de atención y menos de estudio.

Desde el punto de vista de la construcción de una autoestima fuerte, no es una buena idea empezar negando o ignorando lo que uno hace o lo que hace la familia de uno. Eso sin que hasta aquí se haya hablado de los niños que trabajan. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), son 3 millones en el Perú y esto debe ser erradicado. No es la mejor idea para fortalecer la autoestima de los niños y jóvenes trabajadores decirles que lo que están haciendo está mal y que deben dejar de hacerlo. Salvo los casos de explotación del trabajo infantil como es el caso de la minería informal del oro, muchos de trabajos son razonables, como el pastoreo o la ayuda a los padres en sus talleres-casa al regreso del colegio.

Felizmente Alejandro Cussianovich, educador y experto peruano, está ayudando desde hace muchos años a los niños y adolescentes trabajadores, con una mirada más amplia sobre este tema. Los ayuda a organizarse y mejorar sus condiciones de vida, en instituciones como el Movimiento de adolescentes y niños trabajadores hijos de obreros cristianos (MANTHOC) y otras.

La misma lógica se puede tener con los maestros y maestras del Perú; ellos ya están realizando una gran variedad de actividades económicas y empresariales para complementar sus reducidos ingresos. Por ejemplo, es sabido que miles de maestros han creado cabinas de Internet, brindando un servicio de gran utilidad para sus comunidades y mejorando sus ingresos. En este negocio, ellos no solo brindan un servicio, sino que aprenden muchas de las competencias empresariales que bien podrían compartir en el aula. Incluir su experiencia como material educativo dentro de los cursos regulares sería un acto de reconocimiento merecido, que daría muy buenos resultados en el campo de la educación emprendedora.

En resumen, el punto de partida de una educación emprendedora sería conocer y reconocer las actividades empresariales y productivas que ya están haciendo los alumnos y sus maestros, de manera que los primeros conceptos, las primeras teorías impartidas en las aulas deberían ser para mejorar las actividades que ya están realizando, lo cual redundaría directamente en beneficios para ellos y sus familias.

### *Ampliar las opciones laborales y económicas de los estudiantes*

Que se sepa, no hay un mapa claro de las opciones laborales para los estudiantes de secundaria en el Perú, salvo que se quiera identificar este mapa con las opciones de estudio que presentan las universidades y los institutos tecnológicos; las mismas que se brindan en las charlas y cursos

de orientación vocacional. Por lo general, estos contenidos están muy marcados por el empleo dependiente y las oportunidades de trabajo remunerado que ya ofrece el mercado laboral: ‘Estudio ingeniería industrial porque ya existe una oferta educativa sólida y tengo más posibilidades de obtener un empleo en una empresa grande y formal’. ‘Estudio economía porque tengo más posibilidades de obtener un trabajo en el Banco Central de Reserva’, o ‘Estudio filosofía porque voy a poder entrar a enseñar en la PUCP’.

Los dos grandes campos que tiene que enfrentar el estudiante es: a) ser dependiente o b) ser independiente. Esta opción está presente en todas las actividades y profesiones: ‘Puedo ser un médico del seguro social o puedo crear una clínica veterinaria en mi pueblo’. Puedo ser un investigador de una gran corporación o voy a crear mi empresa de alta tecnología con apoyo del gobierno o del sector privado.

Las tres grandes opciones de los estudiantes son: sector privado, sector público o sector social. Es decir: ‘Voy a trabajar para en el sector privado enfrentando el mercado, voy a trabajar en el aparato estatal o voy a trabajar en el sector social’. En el Perú, en el sector público labora el 8% de la PEA, aunque en los países desarrollados puede llegar a representar el 20%. En caso de las ONG, no hay estadísticas para el Perú; quizás podrían llegar a ser el 2% o 3% de la PEA, aunque también pueden llegar a ser el 10%, como en los países desarrollados.

Otra mirada para esta segunda clasificación puede ser la de ubicar a los actores económicos en sus respectivos roles frente a la creación de la riqueza y el valor, punto de vista que asume el libro “La picadura del escorpión” en su capítulo cuarto. Allí se proponen tres grandes categorías: 1) creadores de riqueza y valor (donde se ubican los actores económicos: emprendedores, innovadores, investigadores y científicos, emprendedores sociales), 2) los que trasladan la riqueza y añaden valor



(donde se ubican los hombres de negocio, ejecutivos y administradores, las corporaciones, el Estado, las cooperativas, las ONG), y 3) los que destruyen valor (donde se ubican los monopolios, los especuladores, las empresas mercantilistas y la corrupción).

En realidad los dilemas que tienen los estudiantes y los jóvenes no son definitivos, pueden optar por ser empleados dependientes para adquirir experiencia y luego crear una empresa propia y pasar a la vida independiente; o al revés, empezar con un negocio propio pero darse cuenta que valoran más la estabilidad del empleo en una gran corporación o en la acción social y se pueden pasar al Estado o a una ONG.

En la tercera clasificación estarían las profesiones y las actividades económicas, que son las que generalmente se tienen en cuenta desde hace algún tiempo: ‘Voy a trabajar en la agricultura, en la industria, en la educación, en las fuerzas armadas, en la administración de justicia o ser jugador de futbol’. Para muchos niños y jóvenes aquí empiezan las opciones cuando en realidad es solo el tercer paso; hay que ser conscientes que se deben dar los otros dos en primer lugar. Aquí las opciones son miles, basta ver la lista de profesiones y carreras que ofrecen las universidades e institutos; también ver la lista de actividades económicas que existe en la realidad, organizadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) –disponible en la Internet– en la que se encuentran miles de actividades, desde fabricar barcos hasta dar créditos, pasando por vender casas y reparar televisores.

Aquí también se puede cambiar de profesión, especialidad y afición. Se puede empezar amando el mar y estudiar oceanografía, pero luego descubrir que se marea y/o se aburre, y pasa a ser gerente de una empresa de marketing por Internet. Estos cambios ocurren cada vez con mayor frecuencia en el siglo XXI, probando que muchas veces el conocimiento especializado se adquiere en el propio trabajo, que las empresas, las

instituciones y el sector público están buscando personas con competencias generales: capacidad para el trabajo duro, responsabilidad, liderar, ser creativo, resolver problemas, ubicar oportunidades, saber aprovecharlas, trabajar en equipo, entre otras.

Pero el asunto es todavía más relativo; hay países que les gusta el empleo dependiente, como en el caso de Japón, y les va muy bien. A otros les gusta el campo y las actividades agrícolas, es el caso de Francia; a otros les gusta investigar, Rusia por ejemplo, en donde hay muchos investigadores en las universidades, las empresas y centros de investigación; a otros les gusta las armas y hay mucha gente fabricándolas y usándolas como en Estados Unidos. Esto es todavía más extremo en el ámbito local y regional; por ejemplo, en Maranello, una pequeña ciudad de Italia (de 16.000 habitantes), prácticamente todos trabajan en la empresa Ferrari porque allí está su planta principal; o el trabajo en la industria del salmón, que predomina en varias ciudades del sur de Chile.

Por todas estas consideraciones, quizás lo más conveniente y pedagógico sea armar el mapa de opciones laborales y económicas con los propios estudiantes en clase. Darles algunos materiales de lectura como: 1) las carreras que ofrecen las universidades e institutos, 2) el CIU, 3) la relación de las actividades predominantes en su pueblo o en la región (que puede ser parte de un ejercicio anterior), 4) la lista de ejemplos de trabajos y actividades, o quizás 5) una lista con los sueños, construyendo el mundo del futuro a su voluntad; y a partir de allí construir los mapas de opciones en forma colectiva.

### *Conocer y emular modelos empresariales (role models)*

Casi todas las investigaciones realizadas sobre emprendedurismo, en todos los países del mundo, señalan que una de las causas principales por las que los jóvenes (y no tan jóvenes) ingresan a la actividad empresarial

es porque siguen el ejemplo de un empresario o empresaria que ellos admiran. Esto es particularmente cierto en estudiantes de menores edades que están buscando figuras externas para seguirlas e imitarlas. Los empresarios pueden ejercer una influencia en la vida de las personas mucho mayor a la de los padres y al ofrecimiento de todas las carreras que hacen los centros de estudios.

‘¿Quién quiero ser en el futuro? ¿Bill Gates, el más millonario, Albert Einstein, el más inteligente, o Julia Roberts, la más admirada?’ Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en esto, aunque ahora compiten con las redes sociales y la Internet. Hace algunos años no se veían los rostros de los empresarios y empresarias de Gamarra en los periódicos, solo se veían los rostros de los grandes empresarios limeños; ahora aparecen todos los días junto con Gastón Acurio y sus colegas de la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA). La influencia de Acurio es impresionante; falta estudiar cuántos se han metido a estudiar para chef siguiendo exclusivamente su ejemplo. Explicitar los modelos de todos los estudiantes de un salón puede ser un ejercicio muy aleccionador, estimulante y útil para ellos; también para el profesor. La lista debe variar radicalmente de salón en salón, de colegio en colegio.

En la práctica significa que las escuelas inviten a empresarios y empresarias, exitosos o no (se aprende más de los errores) a dar charlas y conversar con los alumnos, ver videos de conferencias nacionales e internacionales, discutir sus contenidos en clase. Así se va ampliando el universo de modelos a seguir y ejemplos a imitar, aumentando también las opciones.

### *Tener experiencia previa relevante*

Una investigación realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco de Tokio explorando las raíces del emprendedurismo en

Asia y América Latina, halló que la principal explicación para el éxito en las nuevas empresas generadas era una adecuada experiencia previa – generalmente en un empleo dependiente– en alguna actividad relacionada o similar a la que finalmente se emprendió. Esta experiencia previa es fundamental para adquirir el conocimiento y la práctica del funcionamiento de una empresa, de las funciones principales, las ventas, las relaciones con los clientes, con los proveedores, el manejo del personal, el mantenimiento de la maquinaria, entre muchos otros aspectos del negocio. No hay nada como un buen baño de realidad, del mercado, de los aspectos centrales de la actividad y el negocio. En el otro extremo, son pocos los casos de jóvenes emprendedores que salen de las escuelas, institutos o universidades y crean sus empresas sin pasar por una experiencia previa, o en todo caso, los que lo hacen tienen más probabilidades de fracasar.

Una de las pistas de esta experiencia previa es que sea en un lugar y en un nivel que permita tener una visión completa, o por lo menos amplia del negocio, como por ejemplo una gerencia, una jefatura, un cargo de cierta responsabilidad, o de asistente de un cargo de responsabilidad. No se aprende mucho desde un rincón aislado de la empresa.

Esto significa que las escuelas intensifican las relaciones con las empresas de la localidad y región para que haya visitas a sus instalaciones, prácticas pre profesionales, prácticas vacacionales, ayudar a conseguir trabajo a sus estudiantes, mediante bolsas de trabajo, servicios de información, utilizando los servicios de este tipo que ya existen como los del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y otros privados. Para esto es muy importante mantener el contacto con los egresados, con la escuela y entre ellos mismos.

*Saber elaborar y utilizar los planes de negocio*

### *Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Está probado que el instrumento más poderoso para crear una empresa es la teoría y la práctica de elaborar un plan de negocio (business plan), contribuyendo de paso a generar un mayor espíritu empresarial. Hay miles de modelos de planes de negocio, muchos de ellos en Internet, aunque los elementos centrales no varían: 1) definir el bien o servicio a producir u ofrecer, 2) estudiar el mercado, los clientes potenciales, la competencia, el marketing, 3) la localización del negocio, 4) el personal necesario, incluyendo a la gerencia, 5) la tecnología, la maquinaria y/o equipos, 6) la organización de la empresa, 7) el flujo de caja, ingresos y egresos, gastos fijos y variables, la utilidad, 8) las inversiones necesarias, las fuentes de capital, los socios, los préstamos, 9) los estados financieros proyectados.

Las versiones de planes de negocio pueden ir desde las más simples hasta las más complejas, se pueden ir dosificando a lo largo de los cinco años de secundaria, teniendo en cuenta que todos los egresados de secundaria deben salir dominando la elaboración de un plan de negocios. Debe ser como saber montar bicicleta o manejar auto, algo que todo el mundo debe conocer y aplicar.

La filosofía básica del plan de negocio, y no por sencilla menos potente, es que una persona que quiere poner una empresa, tiene que tener la capacidad de crearla primero en el papel; si no es capaz de crearla en el papel, seguramente no le va a ir muy bien en la práctica. Experimentar diversas alternativas de negocios, antes de invertir un centavo en ellas, es siempre una muy buena idea. Seguramente la gran mayoría de los conductores de las microempresas de sobrevivencia que se crean año a año en el Perú, no han hecho un plan de negocios, no saben qué es eso.

### *Construir redes socioeconómicas*

Otra de las claves del éxito en la creación de nuevas empresas son las relaciones que el futuro empresario va construyendo. Este argumento refuerza el tema de la experiencia previa de empleo pues ese es el momento donde se pueden ir construyendo estas relaciones. También se pueden construir en las instituciones educativas, ya sea de nivel básico o superior. Si alguien no tiene relaciones, ni conocidos, ni contactos, ¿cómo va a conseguir clientes, colaboradores, socios, proveedores, prestamistas? Todos estos personajes claves para la marcha de un negocio no surgen de la nada, no aparecen de un día para otro frente al emprendedor; este debe ir construyendo en forma metódica y paciente estas relaciones, sobre todo si proviene de un entorno económico de bajos ingresos.

Por ello una de las competencias básicas del futuro emprendedor, es la de saber comunicarse, saber relacionarse con gente de lo más diversa, de diferentes posiciones, ubicaciones e incluso de diversas formas de pensar. Desde las escuelas debe promoverse las relaciones de los estudiantes con otros actores de la economía y el mercado. Conocer a los miembros de las cámaras de comercio, de las asociaciones de micro y pequeñas empresas, de gremios empresariales especializados como los de metal mecánica y otros. También las relaciones con los colegios profesionales de la localidad, sobre todo de ingenieros, investigadores y científicos; relaciones con los centros de investigación, tanto económicos, sociales como científicos y tecnológicos.

### *Trabajar en equipo*

Bill Gates trabajó con Paul Allen para crear Microsoft, Robert Noyce trabajó con Gordon

Moore para crear INTEL, Steve Jobs trabajó con Steven Wozniack para crear Apple, Larry Page trabajó con Sergey Brin para crear Google, y así sucesivamente. Dos cerebros piensan mejor que uno, y tres mejor que dos;

diez pueden ser una multitud, pero hay una cifra mágica que dispara la creatividad y la interacción entre las neuronas, logra sinergias y produce innovaciones, muchas veces radicales. Es cierto que muchas de estas parejas luego se separaron, pero una vez que el éxito de la empresa ya estaba asegurado.

Sin duda, los emprendimientos exitosos requieren de la interacción de varias personas en diversos roles, con diversos conocimientos y especialidades; la combinación es fundamental, es una de las claves del éxito. Muy pocos la logran, La experiencia nos enseña que trabajar en forma aislada y solitaria no es la mejor opción.

El individualismo, que emergió con fuerza en los años ochenta en Estados Unidos y se esparció por el mundo, ayuda poco en este imperativo emprendedor. Considerar a los otros como competidores, rivales o enemigos quizás puede ser bueno para los tiburones de los bancos de inversión, pero para crear empresas innovadoras que crean riqueza y agregan valor a sus clientes no sirve.

En las escuelas hay que promover el trabajo en equipo, entre personas diferentes, de género diferente, de edades diferentes, de salones y de años diferentes, incluso de escuelas diferentes; eventualmente hasta podrían ser de localidades diferentes (que puede ser facilitado por la Internet). La interdisciplinariedad y la interculturalidad son fuentes de creatividad e innovación.

Las siete líneas de acción propuestas están muy lejos de reducirse a la creación de un curso de emprendedurismo, pues pensamos que el cambio hacia una educación emprendedora no se va a realizar con una acción aislada, sino que se trata de siete pistas que se pueden traducir en múltiples actividades, en los diversos niveles e iniciativas ya presentes en la Educación Básica Regular.

Los siguientes pasos se ubicarían principalmente en los terrenos del Ministerio de Educación y de los centros educativos públicos y privados respondiendo al documento y sus propuestas. La estrategia y acciones concretas que conduzcan hacia una educación emprendedora en la Educación Básica Regular pueden ser variadas, y va a depender de la concertación entre múltiples actores para determinar la forma final que tomen.

### **Aprender a emprender “el quinto pilar de la educación”**

SINEACE (2014, p. 43) en una de sus publicaciones, señala que fue Federico Mayor (entonces director general de la UNESCO en 1993) quien propuso, al poco tiempo de publicado el “Informe Delors”, la inclusión de un quinto pilar: *Aprender a Empezar*, que añade al conocimiento y al dominio de las tecnologías, la capacidad de atreverse, de asumir riesgos, de dar respuestas creativas a los desafíos y problemas que la sociedad actual nos presenta, ya sea como individuos o grupos humanos.

Mayor (1998, p. 6), en su obra: *La educación a las puertas del tercer milenio: ofreció un discurso con motivo del Congreso Intercontinental de Educación*, que señalaba lo siguiente:

“A los cometidos que plantea el Informe Delors me gustaría añadir otra exigencia que considero cada vez más relevante en el futuro inmediato: aprender a emprender. Una exigencia que viene a complementar con un imperativo solidario el imperativo de autenticidad implícito en las otras cuatro tareas. Tenemos que forjar generaciones de jóvenes emprendedores, capaces de aplicar los conocimientos adquiridos, capaces de tener iniciativas propias; ciudadanos autónomos que no esperen que siempre alguien les tienda la mano y les indique a dónde dirigirse. Albert Einstein solía repetir que ‘en momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento’. Sólo la imaginación y la audacia



permitirán a la humanidad superar la crisis ética que atraviesa en estos años”

Este quinto pilar (aprender a emprender) está íntimamente vinculado al cuarto (aprender a ser), pues una persona sin autoestima, sin personalidad, sin seguridad en sí mismo, en sus ideas e iniciativas, no va a poder emprender nada. Es decir, la independencia y fortaleza del ser, son condiciones necesarias para el emprender.

Un joven puede haber adquirido todo el conocimiento necesario, dominar todas las tecnologías relevantes, incluso, juntarse con otras personas, y limitarse a obedecer órdenes y directivas de otros, requisitos del paradigma de los trabajadores dependientes en la revolución industrial inglesa, y si bien puede conseguir un trabajo, seguramente no será muy satisfactorio y pasará por el mundo sin dejar su huella.

En el mundo económico y empresarial de hoy, incluso en los empleos dependientes, las empresas están buscando iniciativa, capacidad de aportar ideas, descubrir y aprovechar oportunidades, ser más competitivo, capacidad de solucionar problemas, de liderar grupos de trabajo, actividades todas vinculadas al emprendimiento.

Pero ni siquiera ésta va a ser la realidad de los jóvenes, pues una mayoría de ellos no va a encontrar trabajo dependiente, que se está haciendo cada vez más escaso en todos los países del mundo, desarrollados o en desarrollo. La crisis financiera mundial, actualmente en pleno desarrollo, ha elevado el desempleo en Europa a más del 10% (España y Grecia tienen una tasa de 25%), pero lo más grave es la situación de los jóvenes, para quienes se ha elevado a 22% (en España y Grecia ha superado el 50%), cifras no vistas desde la crisis de 1929. Aunque esta tendencia a disminuir el empleo dependiente en las grandes empresas viene desde la década de los años noventa.

Por ello, si el sistema educativo se limitase a dar conocimientos, manejo de tecnologías, vida comunitaria, e incluso autoestima, estaría incumpliendo su compromiso con los jóvenes. Ellos no estarían preparados para enfrentar los retos del mercado laboral del siglo XXI. La mayoría de ellos no va encontrar trabajo dependiente y va a tener que incursionar por su propia cuenta y riesgo en el mercado laboral y en el mundo económico; si no están preparados para ello, van a crear actividades de sobrevivencia, no van a tener ingresos suficientes, van a engrosar las filas del subempleo y la pobreza, y, lo que es peor, van a tener una vida sin satisfacción, un futuro oscuro lleno de incertidumbre.

Hay que ponerlo de la manera más clara posible: no enseñar a emprender sería un acto de irresponsabilidad por parte del sistema educativo, de las escuelas, de los institutos y de las universidades, pues estarían condenando a sus egresados a enfrentar una realidad laboral para la que no los están preparando. No les estarían dando a los jóvenes lo que exige el mercado laboral del siglo XXI. En el caso peruano sólo el 20% de la Población Económicamente Activa (PEA) trabaja en las empresas formales y en el Estado, es decir, los que tendrían empleos dependientes más o menos dignos, el 80% restante es independiente, tiene una pequeña propiedad agrícola, conduce una microempresa, o trabaja en alguna de estas realidades empresariales, en forma mayoritariamente precaria e informal. En el otro extremo está Estados Unidos donde el 50% de la PEA trabaja en empresas grandes y un 14% en la administración pública; de todas formas hay un porcentaje importante de personas que trabaja en forma independiente y en actividades de pequeña escala.

En el medio, hay muchos países desarrollados o emergentes que brindan una educación emprendedora, como es el caso de Finlandia, Canadá, Taiwán (China), Escocia, Corea, Brasil, Chile, entre otros. El Perú no se puede dar el lujo de quedarse atrás.

## **Cuatro pilares de la educación para el siglo XXI**

SINEACE (2014, pp. 42-43) señala en el año 1993, el entonces Director General de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), Federico Mayor, organizó una comisión de alto nivel mundial, conformada por 14 eminentes personalidades mundiales, presidida por Jacques Delors, ex ministro de economía de Francia y ex presidente de la Comisión Europea (órgano ejecutivo de la Unión Europea), para reflexionar sobre la educación y aprendizaje en el siglo XXI. Luego de varios años de trabajo esta comisión de alto nivel elaboró un informe llamado “La educación encierra un tesoro”, también conocido como Informe Delors, que se publicó en el año 1996.

Una de las propuestas principales de dicho Informe fue la de basar la Educación en cuatro pilares:

***Aprender a Conocer:*** que presente a los educandos lo más relevante del conocimiento teórico mundial, que combine una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias. Esto es, se trata de lograr una base de conocimientos amplia y universal, es decir, extensiva, al mismo tiempo que hace a las personas capaces de profundizar y especializarse en una o pocas áreas del conocimiento. Este pilar supone también la capacidad de “*aprender a aprender*” en forma continua y permanente, para poder hacer frente al incesante flujo de conocimiento e información que el mundo moderno ofrece, así como también para aprovechar las posibilidades de la educación a lo largo de toda una vida.

***Aprender a Hacer:*** que permite volcar a la práctica los conocimientos adquiridos, así como el poder manejar las tecnologías que se multiplican y expanden a velocidades cada vez mayores. Significa también adquirir las competencias que capaciten a las personas para hacer frente a un gran

número de situaciones y a trabajar en equipo. Significa también, aprender a hacer dentro del marco de las distintas experiencias sociales que se ofrecen a jóvenes y adolescentes, en forma espontánea, a causa de los contextos sociales y nacionales, o a causa de la enseñanza por alternancia.

***Aprender a Vivir Juntos:*** que logra desarrollar el conocimiento y la comprensión del otro, de los otros, así como la percepción de las diversas formas de interdependencia. Permite realizar proyectos comunes, al mismo tiempo que prepara para encarar y resolver los conflictos, respetando los valores, el pluralismo, la comprensión mutua y la paz.

***Aprender a Ser:*** que permita el florecimiento de la propia personalidad, para actuar en condiciones de creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal. Incluye el cultivo de todas las posibilidades de cada individuo: memoria, razonamiento, sentido estético, capacidades físicas, aptitud para comunicar.

Estos dos subtítulos presentados, recoge las orientaciones que da la UNESCO para la educación mundial, basadas en el “Informe Delors” y sus desarrollos posteriores, al proponer que uno de los cinco pilares para lograr una educación para todos que responda a las exigencias del siglo XXI, sea el “aprender a emprender”. Desde que fue formulada esta propuesta, en la década de los años noventa, no ha hecho sino crecer en aceptación y aplicación en diversos países del mundo, especialmente en los países de mayor dinamismo económico y social.

## **Referencias**

Alcívar K., Quillupangui V. y Saltos M. (2006). *Adecuación de un ambiente pedagógico e implementación de un plan de capacitación para emprendimiento de negocios familiares dirigidos a un grupo de agricultores “Unocaj” parroquia Junín, del cantón Junín 2009* (tesis de pregrado) Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.

Andrade M. y Bravo W. (2009). *Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa administración de empresas de la universidad de la Amazonía*. (tesis de maestría), Universidad de la Amazonía, Florencia, Colombia.

Anderson, R.C., Wilson, P.T. y Fielding, L.G. (1988). *Growth in reading and how children spend their time outside of school. Reading Research Quarterly*

Cabanillas A., G. (2004). *Influencia de la enseñanza directa en el mejoramiento de la gestión de alianzas estratégicas de los encuestados*

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial de Ciencias de la Educación* (tesis de maestría). Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú.

Calderón M., Goldstein V. y Vejarano A. (2007). *Gobierno corporativo en las Empresas familiares peruanas: caso de estudio en el sector textil* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.

Coleman, J.S., Capbell, E., Hobson, C.J., McPatland, J., Mood, A., Weinfield, F. y York, R.L. (1996). *Equality of Educational Opportunity*, Washington, D.C.: US Government Printing Office.

Díaz, P. (2005). *Diseño de un sistema de gestión empresarial adaptado a las PYMEs del sector textil cuya producción se basa en el tiraje de tejidos para el hogar* (tesis de maestría), Valencia, España.

Domínguez, R. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Madrid, España: Instituto europeo de gestión empresarial.

Estaña, F. (2014). *Nivel de aprendizaje y disciplina escolar según las condiciones de vulnerabilidad socioeconómica de los estudiantes secundarios de la UGEL 06 de Ate Vitarte* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.

Fauré, E. (1973). *Aprender a ser. La educación del futuro*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Ferrer, G. (2006). *Sistemas de evaluación de aprendizajes en américa latina balance y desafíos*. Recuperado de <http://www.grade.org.pe/gtee-preal/docs/Ferrer.pdf>

Formichella, M. (2004) El concepto de emprendimiento y su relación con la Educación, el empleo y el desarrollo local. Recuperado de: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>.

Fullan, M. (2002). *Los nuevos significados del cambio en la educación*. Barcelona, España: Octaedro

Gagné, R. M. (1965). *The conditions of learning*. New York: Holt, Rinehart and Winston

Gonzáles-Pienda (2002). *Manual de psicología de la educación*. Madrid, España: Pirámide.

Gonzáles C., R. (1991). *Las estrategias de aprendizaje: Características básicas y su relevancia en el contexto escolar*. Coruña, España: Departamento de Psicología Educativa de Educación, Universidad de Coruña.

Good y Brophy (1994). *Enseñanza*. Ciudad de México, México: Universidad Pedagógica Nacional.

Gómez, M. (2008). *Herramientas para emprendedores*. Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas

Gutiérrez (2009). *Capacidades emprendedoras y rendimiento académico en estudiantes de la facultad de ciencias contables de la UNMSM* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.

Haberkorn, R. (2003). *Gestión empresarial con ERP* (1ª ed.). Sao Paulo, Brasil: Microsiga Intelligent

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). Ciudad de México, México: McGraw Hill.

Herrera M. (2009). *Principios básicos del aprendizaje*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/16247127/Principios-Basicos-Del-Aprendizaje#scribd>

Hilgard, E.R. (1979). *Teorías del Aprendizaje*. México: Trillas. Mencionado por Alonso y Gallego (2000).

Knowles S., Holton F., Swanson A. (2001). *Andragogía, El Aprendizaje de los Adultos*. Ciudad de México, México: Oxford.

León, C. (2011). *Diseño de una planificación estratégica para la empresa Reprodata Cia. Ltda., dedicada a la reparación y mantenimiento de equipos de copiado e impresión (impresoras y multifuncionales) marca Lexmark de la ciudad Quito* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.

Mayor, F. (1998). *La educación a las puertas del tercer milenio*: [discurso con motivo del Congreso Intercontinental de Educación]. París. Francia.

Manzí, J. (2011). *Programa inicia: fundamentos y primeros avances*. Santiago de Chile, Chile: MINEDUC

Mejía, E. (1996). Factores del éxito académico en estudios de Post Grado. En *Revista Peruana de Educación*, 1 (1). Lima, Perú: Optimice.

Miljánovich, M. (2000). *Relaciones entre la Inteligencia General, el rendimiento académico y la comprensión de lectura* (tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

MML (2014) *emprendedores gestionando negocios*, primera edición, burcon impresores y derivados, Lima, Perú.



*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Orlich, D. (1994). *Técnicas de enseñanza. Modernización en el aprendizaje*. México DF, México: Noriega.

Pajares, M. (1998). *Programa de enseñanza de Investigación Científica y su relación con los conocimientos teórico-prácticos en estudiantes de Maestría de universidades de Lima Metropolitana 1997-1998*. En Congreso Sudamericano de Investigación Educacional, Lima, Perú.

Paz, Y. (2011). *Mujer, Pobreza y Emprendimiento Experiencias Claves para la Superación* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.

Pérez Gómez, A. (1988). *Análisis didáctico de las Teorías del Aprendizaje*. Málaga, España: Universidad de Málaga.

Pérez, Y. (2012). *Evaluación del desempeño docente y su influencia en el logro de aprendizajes en el área de ciencias sociales en la UGEL 06 – 2008* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.

Quiroz, R. (2002). *El empleo de módulos autoinstructivos en la enseñanza – aprendizaje de la asignatura de legislación y deontología bibliotecológica (primera parte: introducción al derecho constitucional peruano)* (tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Rachman D., y Mescon M. (1996). *Introducción a los negocios*. Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.

Real Academia Española (RAE) (2015). *Diccionario de la Lengua Española* (36ª ed.). Madrid, España: Espasa Calpe.

Reyes (1988). *Influencia del programa curricular y del trabajo docente en el aprovechamiento escolar en historia del Perú de alumnos del 3er*

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial grado de educación secundaria* (tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Ruiz J. (2004). *La gestión por calidad total en la empresa moderna* (6ª ed.). Madrid, España: Alfaomega.

Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación científica* (2ª ed.). Lima, Perú: Mantaro.

SINEACE (2014). *Educación emprendedora en la educación básica regular*. Lima, Perú: Súper gráfica EIRL.

The Economist (1997). *The results TIMSS*, EE.UU: Marzo, semana 29th.

Torres Osorio, Rubén W. (1999) Capitalización de experiencias pedagógicas. Cerro de Pasco, Perú: Labor Centro de Cultura Popular

Ugarriza, N. (1998). *Evaluación del rendimiento académico*. Lima, Perú: Educación Superior Lima - Perú.

UNESCO. (1998). Primer Estudio Internacional Comparativo. Santiago de Chile, Chile: Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la Educación.

Yamada, G. y Lavado, P.(2017) educación superior y empleo en el Perú: una brecha persistente. Lima: Universidad del Pacifico.

Vela (2011). *Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana* (tesis de pregrado) Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Zabala, A. y Arnau, L. (2008). *Cómo aprender y enseñar competencias*. Barcelona, España: Graó.

*Análisis del fomento empresarial en el Perú y en el contexto mundial*

Zabalsa, M.A. (1991). *Fundamentos de la Didáctica y del conocimiento didáctico*. En A. Medina y M.L. Sevillano (coord.): *El currículo Fundamentación, Diseño, Desarrollo y Educación*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.